

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

Periodisme polític i periodisme literari: punts de trobada

Autora: Aina Martí Soler

Tutora: Catalina Gayà i Morlà

Facultat de Ciències de la Comunicació

3 de juny de 2016

Agraïments

Vull agrair sincerament a la Dra. Catalina Gayà Morlà per la seva inestimable ajuda i l'encoratjament. Sense ella aquest treball no hagués estat possible.

També vull agrair al Dr. Albert Chillón per la seva disponibilitat en acceptar l'entrevista i per l'interès en la recerca.

Vull agrair també els caps de política dels diversos mitjans de comunicació entrevistats, que han fet possible que realitzés el treball, per estar sempre disposats a respondre les preguntes.

Per últim, vull donar les gràcies a la meva família, pels ànims i per la comprensió.

Índex

Introducció.....	5
Objectius i hipòtesis.....	12
Metodologia.....	12
Capítol 1: Periodisme polític	16
La mirada. Ideologia	18
La forma. Aparença d'objectivitat.....	22
Capítol 2: Periodisme literari.....	26
La mirada. Crítica	28
La forma. Narrativa.....	30
La resposta literària a la crisi: la denúncia social dels muckrakers i l'eclosió del reportatge novelat del New Journalism	33
Capítol 3. Les veus dels caps de política	Error! Bookmark not defined.
Adéu al paper? Una professió acomplexada.....	42
Adaptació a la crisi: rutines i fusió de gèneres	50
Informació primer, literatura després?	55
Capítol 4: A mode de conclusió	60
Bibliografia.....	60

Introducció

Aquest treball neix d'una certesa, d'una proposta i d'un dubte. La certesa: la premsa escrita es troba immersa en una crisi estructural i sistèmica. La proposta: la incorporació de la metodologia del periodisme literari a les redaccions pot revertir la situació. El dubte: la resposta favorable i significativa que podria tenir per part dels lectors.

Amb aquestes inquietuds al cap, ens sembla interessant començar el treball amb una aproximació a la conjuntura actual per tenir un marc de comprensió del treball, detallat al final de la introducció, part per part.

La transformació econòmica i social que han patit les democràcies occidentals ha provocat canvis d'hàbits i de pensament en els ciutadans, marcats per la desagregació social de l'individu respecte al col·lectiu, que han afectat la seva relació amb els seus representants polítics i amb els mitjans de comunicació. Aquest canvi ja es percebia a principis de segle com mostra l'afirmació que va rubricar Robert Putnam: “*La sociedad ha ido abandonando de manera constante el compromiso con la comunidad y la vida social a lo largo de las dos últimas décadas*” (Putnam, 2002, p. 331). La disminució de la participació electoral i la davallada de lectors de la premsa escrita són dos factors que es deriven d'aquest “*cambio anticívico*”, que Putnam defineix a *Solo en la bolera* (2002):

“La lectura de periódicos sigue siendo señal de un fuerte compromiso cívico [...]. Quienes leen las noticias saben más del mundo que quienes sólo las ven [...]. No debería sorprendernos en absoluto que la lectura de periódicos haya ido descendiendo en las últimas décadas, junto con la mayoría de los demás indicadores de capital social y compromiso cívico. Lo que está descendiendo en cada generación no es solo la lectura de periódicos sino el interés de las noticias en sí” (Putnam, 2002, p. 293-294).

A Espanya, aquests canvis s'afegeixen a un índex de lectura de la premsa tradicionalment molt més baix que el dels seus veïns del nord. Segons expliquen Hallin i Mancini (2008), el sistema de mitjans espanyol està caracteritzat pel desenvolupament tardà de la premsa al país, i uns baixos índexs de lectura i de professionalització dels periodistes. A més, com assenyala l'actual director adjunt del diari *El País*, Lluís Bassets, al seu relat apocalíptic *El último que apague la luz* (2013), la societat

espanyola es va saltar una etapa d'alfabetització i de lectura de premsa massiva després de la fi de la dictadura de Franco, per passar directament a la cultura audiovisual i, avui, a la ciber-cultura.

Avui dia, el procés de digitalització i d'incorporació a les nostres vides de les noves tecnologies, “ja han transformat tots els aspectes de l'acció humana sense excepció” (Izquierdo, 2012). Aquest fet ha suposat un accelerador exponencial del canvi que va definir Putnam i ha afectat tots els mitjans de comunicació, i, especialment, la premsa escrita. La informació arriba als ciutadans per múltiples vies, en gran quantitat, les vint-i-quatre hores del dia, a través de portals web dels mitjans, de blogs, de canals de notícies continus, de les xarxes socials, etc. Els ciutadans, a més, tenen la possibilitat d'erigir-se com a creadors d'informació i participar en la conversa sobre la realitat com a *prosumers* (*producers + consumers*). S'ha produït, doncs, un canvi en la forma de consumir informació.

La realitat ja no és percebuda a partir de la descripció d'un sol relator, amb qui els ciutadans confien cegament. L'espai hegemònic que ostentaven els mitjans en el discurs públic (Habermas, 1981), doncs, s'ha ampliat amb l'arribada dels nous mitjans i els *prosumers*. Els mitjans, per tant, han perdut l'hegemonia en la conversa sobre la realitat que tradicionalment havien protagonitzat.

Val la pena remarcar, però, que la pèrdua d'hegemonia no ha comportat una pèrdua d'influència. El 70% de la població que es connecta diàriament a Internet visita massivament els portals dels mitjans de comunicació convencionals; ja que aquests ocupen les posicions més vistes als rànquings de visites, després del web per compartir vídeos *Youtube* i la xarxa social *Twitter*¹.

La migració de lectors a Internet, però, en paraules de Bassets, no s'ha mostrat “letal” pel sector espanyol fins que no ha coincidit amb l'esclat de la crisi econòmica, la caiguda de la publicitat i l'esgotament de les estratègies de màrqueting que havien permès als mitjans sobreviure fins llavors.

¹ Segons EGM *Elpais.com*, *Marca.com*, *Antena3.com*, *As.com*, *Lasexta.com*, *20minutos.es*, *Rtve.es*, *Abc.es*, *Lavanguardia.com* són les pàgines web més vistes després de les esmentades.

Des del començament de la crisi econòmica, la premsa escrita espanyola ha vist com les vendes disminuïen en més d'un 30%, la seva difusió en un 40%², i, com, en termes generals, la quantitat total de lectors passava de 15,9 milions a 11,2 milions³, resultant en que més de la meitat de la població no llegeix diaris setmanalment i que un 34% no ho fa absolutament mai.

La davallada de lectors s'ha sumat a la impossibilitat dels diaris tradicionals de trobar un nou model de negoci que faci rendible l'experiència digital dels mitjans, ja que, com hem vist, cada cop més lectors utilitzen els dispositius mòbils, sobretot els *smartphones*, per informar-se, però ho fan gratuïtament. D'aquesta manera, cada cop hi ha menys lectors que paguen per informar-se.

Davant d'aquesta situació, la resposta de les directives dels diaris, motivades per una lògica empresarial que només cerca beneficis (Gabilondo, 2011), i aguditzada per la presència del sector financer als consells d'administració dels mitjans (Gayà, 2015), ha consistit en reduir costos, mitjançant retallades de sou i acomiadaments massius.

A més, l'entrada de l'*infotainment* (*information + entertainment*) a les redaccions ha adulterat els valors de l'ofici i ha convertit el periodista en un tertulià, un humorista o un actor (Bassets, 2013, p. 126). A causa d'això, la credibilitat dels mitjans de comunicació convencionals ha baixat estrepitosament. Un cop descuiden l'interès comú (Gabilondo, 2011), els diaris deixen de complir amb una de les seves tasques principals, fet que s'ha vist reflectit en la manca de denúncia de les males praxis que han causat la crisi econòmica.

Arran d'aquest fet, sobretot al sud d'Europa, de la mateixa manera que han sorgit corrents polítics que tornen a valorar “allò comú”, -que, a Espanya, provenen dels moviments socials congregats a les places el 15-M-, han aparegut nous mitjans que aposten per models econòmics diferents. Sovint són cooperatives i viuen, en part, de les subscripcions del seu públic, que acostuma a ser molt específic. És el cas de *La Marea*, *5W*, *Alternativas Económicas*, *Crític*, o *eldiario.es*. Freqüentment, aquests *neoperiodismes* aposten pel món digital com a plataforma per expressar-se diàriament i,

² Notícia extreta de la pàgina web Pnnoticias <http://prnoticias.com/prensa/20140437-egm-el-pais-se-desploma-en-lectores>. Última consulta, 15 de març de 2016.

³ Resum general (abril 2015 – març 2016) EGM extret de la pàgina web <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>. Última consulta, 20 d'abril de 2016.

puntualment, elaboren un producte en paper, ja que no poden assumir-ne una producció continuada.

El paper dels mitjans de comunicació convencionals com a relators únics de la realitat no satisfà la ciutadania, que, o bé, aposta més i més per entretenir-se i no per informar-se, o no en reconeix la credibilitat. De la mateixa que els partits tradicionals els costa connectar amb el seu electorat (Mair, 2015), els mitjans de comunicació no connecten amb els seus lectors.

Arribats a aquest punt, com han d'actuar els diaris convencionals davant del que sembla un carreró sense sortida? “*Nos encontramos en medio de un proceso que da por cerrada toda una manera de vivir el oficio*”, assegura Iñaki Gabilondo a *El fin de una época*. Alhora, ell mateix augura que el periodisme només es podrà salvar a partir d'una defensa fèrria dels valors ètics de la professió—veracitat, autonomia, interès públic i justícia (Bilbeny, 2012)—i d'una reinvenió total: “*Mi pronóstico es que el fin del periodismo clásico durará muy poco tiempo, si bien la profesión tendrá que alterarse por completo*” (Gabilondo, 2011, p. 150). No n'hi haurà prou amb esperar que passi el diluvi mentre se segueix fent el mateix amb l'esperança que algú descobreixi com monetitzar la informació a la xarxa. Amb aquesta afirmació Gabilondo apunta que cal una reinvenió, que, com plantegem en el treball, ha de passar per un replantejament de les rutines més bàsiques inculcades a la premsa generalista.⁴

A finals del segle XIX i a mitjan del segle XX, una crisi d'hàbits semblant a la que estem vivint, va provocar un ecosistema ideal perquè sorgissin noves narratives a la premsa de comunicació de masses: el moviment *muckracker* i el *New Journalism*. Ambdós corrents són expressions del que avui dia es coneix com a “periodisme literari” i que, a Catalunya, va tenir el màxim exponent a la dècada dels anys 20 i 30 amb reporters com Eugeni Xammar i homes de lletres com Josep Pla. Els temes, l'enfocament, l'escriptura, i la subjectivitat que desprenen els textos que utilitzen la metodologia del periodisme literari difereix de l'escriptura formulària i la pretesa objectivitat del periodisme convencional (Burguet, 2004).

⁴ És interessant veure com el diari *The New York Times* ha emprès un ambiciós projecte per remodelar la seva concepció de la feina de cara al febrer de 2016
<http://www.poynter.org/2016/the-new-york-times-of-the-future-is-beginning-to-take-shape/413097/> Última consulta, 17 de març de 2016.

Què en pot aprendre la professió, que viu amb gran dificultats la caiguda d'ingressos, d'aquelles onades de periodistes literaris? Podrien fer els mitjans una aposta per aquesta metodologia en un moment tan disruptiu com aquest?

A més de fer-nos aquestes preguntes sobre la professió periodística en general, ens endinsem en les seccions de política dels diaris per descobrir si és possible aplicar la metodologia del periodisme literari als temes típics de la política en el si dels mitjans convencionals; i, si ho és, analitzar quins problemes i beneficis suposaria.

La tria de la secció de política no és causal. Aquesta secció és la que viu amb més pressió la immediatesa en què s'ha instal·lat la professió, amb un alt grau de banalització de la informació política i de "politiqueria", ja que presta més atenció a les estratègies de les elits polítiques que a les qüestions de política que preocupen als ciutadans (Hallin & Mancini, 2008, p. 129). És la que, en definitiva, per cercar exclusives, se situa més a prop dels poders i més lluny del carrer. Un altre motiu de pes per fixar-nos en les seccions de política és que, tradicionalment, la presència del periodisme literari a les seves pàgines ha sigut, o bé, molt testimonial, o bé, pràcticament inexistent, i ha acabat produint informació, enlloc d'elaborar-la, i s'ha convertit en una "*fábrica de declaraciones*" (Herrscher, 2012, p. 32).

Dediquem, doncs, quatre capítols a reflexionar entorn a aquesta possible convergència entre periodisme polític i periodisme literari, començant per una aproximació a la definició de tots dos termes.

Entenem que la política és la gestió del conflicte (Vallès, 2012) i, per tant, dediquem el primer capítol a explicar que, tradicionalment, la gestió i resolució de conflictes, ja sigui per via de la cooperació o per la imposició, s'ha traslladat als mitjans de comunicació convencionals com a explicació "objectiva" de les accions del govern i l'oposició (Giró, 2011).

A més, abordem el fet que els redactors s'han escudat en l'objectivitat que confereix la literalitat de declaracions per erigir-se com a mers intermediaris de la informació (Burguet, 2004). El conflicte, doncs, s'ha explicat quasi sempre de la mateixa manera i amb les mateixes veus: com a resultat, els mitjans reproduïxen els discursos dominants de les elits (Chomsky & Herman, 2000) encara que, molt sovint, es faci de forma involuntària (Ibarra & Idoyaga, 1998). Aquesta tendència és especialment certa en el cas

espanyol en què els mitjans, tradicionalment, han sigut altament polititzats i vistos com elements per aconseguir influència (Hallin & Mancini, 2008). Remarquem, també, el domini de la lògica econòmica i empresarial per damunt de l'interès comú (Gabilondo, 2011) l'espectacularització (Gabilondo, 2011; Bassets, 2013) i la mecantilització de la informació (Gaya, 2015) presents a les redaccions de política dels diaris.

En el segon capítol, ens centrem en l'aproximació al terme, sempre difícil de delimitar, de periodisme literari. Detallem quines són les particularitats del periodisme literari que fa que, tradicionalment, hagi quedat marginat de les redaccions periodístiques en general, i, en concret, de les seccions de política, emfasitzant la seva vessant crítica amb el periodisme convencional, a través de les reflexions d'Albert Chillón, que des de la seva posició com a professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma, capitalitza els esforços en teoritzar les relacions entre periodisme, literatura i comunicació. A més, remarquem la necessitat que el periodista que vulgui exercir-lo, assumeixi el rol d'autor (Gayà, 2015), miri la realitat d'una forma diferent (Guerriero, 2012), essent conscient que a través de l'acceptació de la pròpia subjectivitat d'un emparaulament propi (Vidal, 2002), pot adoptar una posició més crítica i honesta, que la del periodisme convencional.

Un cop feta aquesta aproximació, abordem els dos períodes de la història del periodisme que hem esmentat abans: els *muckrakers* i el *New Journalism*. Aquesta tria ens sembla pertinent en tant que es pot comparar amb la crisi de valors que estem vivint actualment. Tan els *muckrakers* com els *new journalists* van saber captar i reflectir aquest canvi sociocultural i crear un discurs propi (Gayà, 2015). En el primer cas, en un context de demandes de reformes socials i millores laborals (Chillón, 2014); i, en el segon, amb l'aparició de la cultura underground, hippie i rebel (Wolfe, 1976).

Per conèixer com s'han adaptat els diaris a la doble crisi -l'estructural, de canvi d'hàbits; i la conjuntural, econòmica-, i si, com a resposta, el periodisme literari podria tenir un lloc a les redaccions de política dels diaris, al tercer capítol donem veu als caps de secció de política dels principals diaris escrits que es venen a Catalunya: Neus Tomàs, d'*El Periódico*; Jaume V. Aroca, de *La Vanguardia*; Joan Rusiñol, de *l'Ara*; i Carol Álvarez, d'*El Mundo Catalunya*. A través de les seves pròpies reflexions, pors i esperances sobre l'ofici, que hem extret d'entrevistes personalitzades, oferim una radiografia de l'estat actual de la professió a les seccions de política dels diaris: un

context d'immediatesa extrema que subjuga els periodistes, que viuen esclaus del dia a dia, cosa que perjudica la qualitat del producte final, tant escrit com digital.

Acabem amb una reflexió sobre els punts de trobada entre el periodisme literari i el periodisme polític, i identifiquem les barreres estructurals i conjunturals amb les quals topen els redactors de política dels diaris i que els allunyen del periodisme literari.

Objectius i hipòtesis

Objecte d'estudi

- El periodisme literari i la seva presència en les seccions de política dels diaris

Objectiu principal:

- Reflexionar entorn de si la metodologia del periodisme literari té cabuda en les seccions de política de la premsa escrita en les circumstàncies actuals.

Objectiu secundari:

- Reflexionar sobre l'estat de la professió periodística, les rutines que segueix i l'acceptació que tenen en la societat.

Hipòtesi principal:

- La metodologia i la narrativa pròpia del periodisme literari es poden utilitzar als mitjans tradicionals per tractar temes polítics.

Hipòtesi secundària:

- Aquesta aposta pel periodisme literari provocaria un periodisme polític més humà i més crític, que tindria una resposta positiva per part dels lectors.

Metodologia

En aquest treball proposem una reflexió a partir d'entrevistes a redactors en cap de política dels principals diaris venuts a Catalunya, dels quals va ser possible realitzar l'entrevista amb els caps de secció de *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya*, *l'Ara* i *El Mundo Catalunya*.

A partir de conceptes que apareixen en la bibliografia especialitzada sobre periodisme literari, periodisme convencional i periodisme polític (vegeu capítol 1 i capítol 2) de teòrics de l'escola de Bellaterra com Chillón (2014), Gayà (2015), Giró (2010), Burguet (2004) i Vidal (2001; 2002) i d'experts en relacions entre periodisme i poder com Chomsky i Herman (2000) o Pedro Ibarra i Petxo Idoyaga (1998).

Creiem interessant entrevistar els responsables de les seccions de política dels diaris perquè exerceixen de filtre, pel que fa al contingut i pel que fa a la forma, ja que són els encarregats de decidir quins temes tractaran i com ho faran. Així, ens sembla oportú plantejar entrevistes temàtiques amb guió obert, per captar el seu pensament i preocupacions sense filtres sobre la professió. A més a més, pensem que és important adaptar-nos a les característiques de cada mitjà, ja que, per exemple, és més adient parlar sobre les rutines del periodisme digital a *l'Ara*, que a *La Vanguardia*, en el qual els redactors de política es dediquen exclusivament al paper.

A més a més de les entrevistes, com hem comentat més amunt, bastim un marc teòric, que constarà dels capítols 1 i 2. Així, el primer capítol arrenca amb l'aproximació al concepte de periodisme polític i el segon capítol, al de periodisme literari. Recorrem/Utilitzem a les aportacions dels caps de secció per vestir/bastir el tercer capítol, dedicat a retratar l'estat actual de la professió a les seccions de política dels diaris.

Per acabar, l'últim apartat ens serveix per abordar el contingut i la metodologia del treball i extreure'n idees, reflexions i conclusions que han format l'aprenentatge general de la realització d'aquest treball de final de grau. El treball es complementa amb l'annex, en el qual s'inclouen les transcripcions de les entrevistes realitzades (Vegeu Annex 1).

Els informants

Perquè la recerca sigui més interessant/completa?, i les respostes que ens donin els informants ens puguin servir per després fer una comparativa de tota la professió, escollim quatre caps de secció de quatre diaris que tenen unes característiques molt diferents els uns dels altres. Evidentment, la tria de la mostra d'informants ve determinada pels objectius de la recerca, és per aquest motiu que entrevistem els caps de secció de política dels diaris, com hem dit anteriorment.

Així, en primer lloc, des de *La Vanguardia*, el diari de tota la vida, que encara aguanta un nombre gens menyspreable de col·laboradors i enviats que fan que es pugui permetre encara una important producció pròpia; després, *El Mundo Catalunya*, el diari que és una filial amb seu a Madrid que, per tant, no té tota la capacitat de decidir sinó que depèn d'una altra direcció i que, a més a més, està/ha estat sotmès a diverses retallades; També. *El Periódico de Catalunya*, que ja d'entrada va fer una aposta per un tipus molt determinat de lector a qui arribar amb una infografia/tipografia més fàcil i amb una secció d'esports que agafa/va agafar un gran pes; fins a, per acabar, l'*Ara*, que ja ha nascut dins la crisi i que fa de la digitalització/del digital un nucli bàsic. Veient les tipologies tan diverses que representen els diaris esmentats, considerem que fan un bon mosaic d'estudi per tal d'aconseguir un ventall molt ampli de respostes.

Quadre dels informants

Cap de política	Diari
Jaume Aroca	<i>La Vanguardia</i>
Neus Tomàs	<i>El Periódico de Catalunya</i>
Carol Álvarez	<i>El Mundo Catalunya</i>
Joan Rusiñol	<i>Ara</i>

Entrevistes

Les entrevistes, que s'han realitzat en un estadi previ de la recerca, han donat un resultat molt heterogeni, degut, principalment, a la quantitat de temps de la que hem disposat per realitzar-les.

D'entrada, volem remarcar que la resposta obtinguda de tots ells ha sigut molt positiva i satisfactòria, i que de seguida han mostrat interès en el projecte i ens han facilitat diferents opcions per poder-nos reunir.

Les entrevistes s'han dut a terme en diferents localitzacions, sempre tenint en compte quines eren les necessitats dels informants. Així, l'entrevista amb Jaume Aroca l'hem fet a casa seva (al carrer de la Marina); amb Neus Tomàs, ens hem citat a la sala de reunions de la redacció d'*El Periódico*; ens hem trobat amb Carol Álvarez en un bar de Glòries, aprofitant que tenia festa; i, hem parlat amb Joan Rusiñol a la recepció de la redacció de l'*Ara*.

Hem plantejat l'entrevista per temes i, en aquest sentit, n'hi ha uns de claus que hem volgut tractar amb tots els redactors en cap: quines són les vies d'entrada de la informació, quines rutines productives segueixen, quin ha sigut l'impacte de la crisi i què n'opinen del periodisme literari. Un cop abordats aquests temes, la informació addicional que ens han pogut proporcionar els informants ha variat segons la seva disposició envers l'entrevista i perquè no tots ens poden dedicar la mateixa quantitat de temps. El fet de plantejar l'entrevista d'aquesta manera ens ha donat marge si l'hem hagut d'alleugerir o simplificar si no teníem prou temps. Les abreviacions presents a les entrevistes signifiquen “pregunta” (P) i “respuesta” (R).

Capítol 1: Periodisme polític

Normalment es considera que el periodisme polític és aquell que s'ocupa de la política. Per entendre a què ens referim, primer hauríem d'aclarir quina és la definició de la política de la qual partim. Hi ha moltes definicions de política, algunes més àmplies o més restrictives, que comporten una definició o una altra de periodisme polític.

El catedràtic de ciència política per la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) Josep Maria Vallès distingeix al seu *Manual d'instrucció a la ciència política* quatre grans corrents entre les definicions clàssiques de la política:

- a) La política com a control sobre les persones i recursos (Maquiavel, Lasswel, Dahl).
- b) La política com a activitat desenvolupada a través d'un sistema d'institucions públiques (Weber).
- c) La política com a activitat dirigida per valors d'ordre i d'equilibri social (Aristòtil, Locke).
- d) La política com a activitat vinculada a la defensa de la comunitat contra una amenaça exterior (Spencer, Gumplowicz).

Mentre que els primers conceben la política com a tota activitat vinculada amb el poder, els segons se centren en tot el que envolta les institucions estables -principalment l'Estat, els tercers la perceben com l'activitat encaminada al foment del bé comú o l'interès general, i els darrers la vinculen a la preparació per a la guerra i l'organització militar (Vallès, 2012, p. 29).

Vallès aporta la seva pròpia definició de política, la qual se centra en la resolució de conflictes mitjançant la presa de decisions:

“[La política és] una pràctica o activitat col·lectiva la finalitat de la qual és regular conflictes entre grups i té com a resultat l'adopció de decisions que obliguen -per la força si és necessari- els membres de la comunitat” (Vallès, 2012, p. 18).

Xavier Giró, professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, dóna una definició semblant:

“La política puede ser concebida como el gobierno de situaciones sociales mediante la toma de decisiones, como la actividad alrededor del poder -lo es tanto la lucha para hacerse con él, como su ejercicio-” (Giró, 2010, p. 75).

Si tenim en compte aquesta definició, el periodisme polític seria aquell que s'ocupa de l'activitat al voltant de la presa d'aquestes decisions. No obstant això, Giró apunta que aquesta definició de la política com a “*multidisciplinar*”, tot i que correcta, és “*poco funcional para tratar sobre la actividad de los periodistas que conocemos como políticos*”, ja que:

“El periodismo político, en consecuencia, entendido como aquel que se ocupa de la política, es decir, la actividad desplegada desde y alrededor del poder, abarcaría todas las áreas de la sociedad porque en todas hay alguna forma de ejercicio de poder. Dicho de otra forma, todo periodismo sería o es político. [...] La política es multidisciplinar y no actúa en un campo abstracto sino sobre realidades concretas (presupuestos, enseñanza, trabajo, inmigración, sanidad, seguridad), el periodismo político debería ocuparse de todos estos campos cuando fuera pertinente” (Giró, 2010, p. 76).

Només cal observar les redaccions dels diaris per veure que això no és així, ja que, per exemple, la secció de societat acostuma a encarregar-se d'educació, sanitat, immigració i ensenyament.

Per això, Giró proposa una “*definición más restrictiva, paralela a una definición más acotada de la política*”, en què el periodisme polític s'ocupa de l'acció dels governs i dels grups opositors -partits o altre tipus d'organitzacions- (Giró, 2010, p. 77). La interacció dels partits entre si i amb grups o moviments socials no estrictament polítics, l'activitat parlamentària i la mobilització ciutadana també s'inclouen en la definició. Veiem, doncs, que el periodisme polític tracta temes dels quatre corrents que hem explicat, però, alhora, al nostre entendre, les idees de Weber són predominants pel que fa a la importància de les institucions en el si de les redaccions.

Com veurem en el capítol 3, els redactors en cap de la secció de política ens han confirmat en les entrevistes que aquesta és la manera com s'acostuma a concebre el periodisme polític a les redaccions dels diaris. Els periodistes de la secció de política, doncs, s'ocupen de les aparicions públiques, les campanyes, les eleccions, els debats, les

tasques que realitzen els governs i les accions dels grups opositors a àmbit internacional, estatal o local (Giró, 2010, p. X), amb l'afegit dels casos judicials oberts contra càrrecs públics per corrupció, que varia segons el mitjà.

Com tracten aquests temes polítics els diaris? Intentarem respondre a aquesta pregunta en dues parts: en primer lloc, detallarem per quins filtres ideològics ha de passar la informació política abans de sortir a la llum, seguint les idees de Noam Chomsky i Edward S. Herman, i Pedro Ibarra i Petxo Idoyaga. Després, especificarem quin procediment dóna forma a les peces informatives per tal que tinguin credibilitat a ulls dels lectors i transmetre 'objectivitat' amb els seus textos segons Francesc Burguet (2004) i David Vidal (2002).

La mirada. Ideologia

Les seccions de política, doncs, s'han centrat en què diuen i què fan el govern i l'oposició, de forma general. Però amb quin enfocament, amb quina mirada, ho han dut a terme?

El sistema democràtic representatiu, a més del sistema de pesos i contrapesos que pertoca a cada un dels tres poders (executiu, legislatiu i judicial), adjudica als mitjans de comunicació la capacitat de vigilar al poder (Giró, 2010). Hi ha nombroses teories, però, que posen en dubte la funció de control que exerceix el que els britànics al segle XVIII van definir com a “quart poder”.

Noam Chomsky i Edward S. Herman (2000) expliquen que la crítica que els mitjans poden fer a les elits econòmiques i polítiques és limitada. I ho argumenten de la manera següent: per tal que una notícia política arribi als lectors ha de passar per cinc filtres. Ha de tenir en compte: no ofendre els propietaris; els anunciants; les fonts -la majoria, departaments de premsa del govern i grans corporacions-; les elits governamentals o econòmiques que tenen el poder de fer callar qualsevol informació no convenient pels seus interessos, ja sigui via judicial o negant-se a proveir informació; i no contradir la ideologia hegemònica del sistema (en aquest cas el capitalisme i la democràcia representativa).

Chomsky i Herman asseguren que aquestes limitacions, molts cops, estan tan interioritzades que els propis redactors les duen a terme sense adonar-se'n:

“El dominio de los medios de comunicación por parte de la élite, y la marginación de la disidencia que se deriva de la actuación de los filtros que hemos mencionado, se realiza de una manera tan natural que la gente que trabaja en dichos medios y que con frecuencia actúa con absoluta integridad y buena voluntad, son capaces de autoconvencerse de que eligen e interpretan las noticias de una manera 'objetiva' y sobre la base de unos nuevos valores profesionales” (Chomsky & Herman, 2000, p. 22).

En la mateixa línia, Pedro Ibarra i Petxo Idoyaga expliquen que existeix un mutu condicionament de la política i el periodisme per desenvolupar les seves activitats, i que no només els filtres ideològics, sinó les exigències productives provoquen que “*la imagen del mundo que construyen los medios de comunicación es distorsionada de la realidad y reproduzca constantemente los discursos ideológicos dominantes*”:

“Los medios de comunicación son un lugar prioritario de publicación de la política y, más aún, de la conversión de propuestas y actuaciones políticas en temas mantenidos y prolongados a lo largo del tiempo, el sistema representativo se ve necesitado del mediático. Pero, al mismo tiempo, los medios necesitan de las fuentes institucionales, ya que de otro modo no podrán garantizar la producción diaria de un periódico o de varios servicios informativos radiotelevisivos sin riesgos de descoyuntar las condiciones organizativas (horarios, secciones, etc) que condicionan tal producción y sin miedo a ser devorados por la competencia” (Ibarra & Idoyaga, 1998, p. 12).

Ibarra i Idoyaga afegeixen que és possible que aquesta manipulació de la realitat no sigui conscient sinó que estigui associada a la rutina productiva. “[La reproducció dels discursos ideològics dominants] *no sea tanto debido a una manipulación consciente y cotidiana de las noticias derivada de las presiones y maniobras del poder político, sino de lo que se llama 'distorsión involuntaria'*” i que “*las propias necesidades productivas imponen de una forma constante, permanente, al periodismo*” (Ibarra & Idoyaga, 1998, p. 12).

Un dels aspectes que reflecteixen la dependència del periodisme del poder polític són les vies d'entrada de la informació, que es redueixen a aparicions públiques dels partits polítics o associacions i intercanvis d'opinions de forma privada, ja sigui en forma de trucades des de la redacció o trobades informals amb representants dels grups; i, en casos molt concrets, a través de filtracions de documents, segons ens han confirmat els caps de la secció de política dels diaris catalans que hem entrevistat.

Les informacions extretes de les trucades, les trobades o les filtracions es publiquen sovint amb la font dissimulada, escrivint “fonts properes a”, enlloc de dir exactament qui ho ha dit i quan. Així, és fàcil que el polític manipuli el mitjà, donant-li tan sols la informació que ell vol sense conseqüències. Com va afirmar García Márquez (1996): *“El mal periodista piensa que su fuente es su vida misma -sobre todo si es oficial- y por eso la sacraliza, la consiente, la protege, y termina por establecer con ella una peligrosa relación de complicidad”*.

Els representants polítics busquen el seu espai als mitjans per exercir influència i imposar la seva visió de la realitat mitjançant un discurs que funciona amb el que Giró denomina *quadrat ideològic*:

“Por una parte, enfatizan sus logros, conquistas, aciertos, virtudes y todo aquello que se perciba como bueno de ellos y sus aliados y contrariamente mitigan los de los oponentes y sus aliados. Por otra parte, mitigan sus fracasos, derrotas, errores, vicios y todo aquello que se percibe como malo de ellos y, contrariamente, enfatizan los del oponente y sus aliados” (Giró, 2010, p. 77).

Seguint els filtres detallats per Chomsky i Herman, aplicats al seu entorn polític, és a dir, tenint en compte si el mitjà és conservador o progressista, nacionalista o no nacionalista, les seccions de política dels diaris opten per transmetre un discurs diferent, segons les preferències polítiques dels seus propietaris, anunciants i lectors; unes preferències ben sabudes pels periodistes polítics que, sovint, es converteixen en “*actores políticos*”, més que en “*relatores de la actualidad*” (Bilbeny, 2012, p. 58).

Aquests factors que influeixen sobre el periodisme polític de tots els països, són especialment presents a Espanya. Daniel C. Hallin y Paolo Mancini a *Sistemas mediáticos comparados* (2008) engloben el sistema de mitjans espanyols dins la categoria de sistemes pluralistes polaritzats característica dels països mediterranis. La

història i la cultura política d'aquests sistemes, marcada per un desenvolupament tardà de les institucions liberals (industrialisme capitalista i democràcia política), ha comportat que la premsa escrita sigui altament partidista. En el cas d'Espanya, els diaris han representat tradicionalment un "*medio de expresión ideológica y de movilización política*" (Hallin & Mancini, 2008, p.33) que presta més atenció a les estratègies de les elits polítiques que a les qüestions de política que preocupen als ciutadans (Hallin & Mancini, 2008, p. 129).

És destacable remarcar que, en el context actual, la influència política no és l'única raó de ser dels mitjans de comunicació, dominats completament per una lògica econòmica i empresarial. La recerca del benefici immediat ha agreujat la tendència a espectacularitzar els fets (*information + entertainment = infotainment*) i ha provocat una devaluació de la informació en sí, que s'ha convertit en una mera mercaderia:

"La crisis del periodismo se produce en el mismo momento en que cae su valor tanto para las empresas como para los usuarios. Estos últimos porque consideran que es una mercancía gratuita a la que todos tienen derecho, y aquellos porque su tendencia natural a la hora de enfrentarse con la crisis es disminuir la inversión en contenidos" (Bassets, 2013, p. 102).

Aquest fet ha portat a autors com Gayà (2015) a considerar que el camp periodístic ha esdevingut un camp mediàtic en què: "*Hay huellas de periodismo, pero ahora es ecléctico, es un campo mediático en el que cabe todo, desde el tiempo, el rumor, el gossip, el sensacionalismo, los escándalos políticos, el periodismo y la información disfrazada de publicidad*" (Gayà, 2015, p. 31).

En aquest camp mediàtic predomina la lògica econòmica i empresarial de beneficis a curt termini més enllà de la cerca de l'interès comú (Gabilondo, 2011, p. 40). La mercantilització de la informació s'agreuja amb la incorporació del sistema financer al capital de les empreses, cosa que genera una situació paradoxal: "*la banca ya no influye, como sucedía antes, ahora impone, desde dentro, unos criterios. Así, los grandes medios incorporan los intereses de la banca que, además, también atesora una cartera creciente de participación accionarial en multinacionales y empresas*" (Gayà, 2015, p. 22).

L'alta politització, la mercantilització i espectacularització de la informació, i l'entrada del sector financer als consells d'administració de les empreses periodístiques són factors que allunyen la feina del periodista de la seva funció bàsica, que els periodistes nord-americans Bill Kovach i Tom Rosenstiel defineixen com *“proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos”* (Kovach & Rosenstiel, 2003, p. 24).

La forma. Aparença d'objectivitat

Tot i que és necessària una planificació i una organització de la feina periodística, la necessitat d'oferir un producte diari -en el cas dels digitals quasi les 24 hores del dia- ha comportat una rutinització extrema de l'ofici fruit de la necessitat de complir amb aquestes exigències productives. Aquesta rutinització allunya el professional del seu rol d'autor, el fa més dúctil i mal·leable, cosa que el porta a desatendre aspectes bàsics de la seva funció com a periodista, tot i que de forma inconscient, com apuntaven Ibarra i Idoyaga (1998). És interessant, en aquest sentit, aportar el punt de vista de Javier Restrepo (2012) i la seva crítica a la rutina periodística, que qualifica de “una especie de pereza intelectual”:

“La rutina es al periodista lo que el óxido a los metales: lo destruye. Destruye también al periodismo, es algo contrario a la naturaleza del periodismo. La naturaleza de lo periodístico es la renovación permanente que viene a ser la vida y la vida es renovarse. Cuando hay un estancamiento en la vida es la muerte, la momificación. En cambio, la vida que está buscando siempre el periodismo, y que está tratando de reflejar, es un impulso constante de renovación, contrario a la rutina. Hablar de rutina periodística debiera ser tan contradictorio como hablar de círculos cuadrados, es decir, términos que se rechazan entre sí”

(Restrepo, 2012).

Restrepo es mostra tan contundent perquè la rutina productiva adoptada a les redaccions dels mitjans convencionals porta sovint a simplificacions importants d'una realitat molt complexa. En el seu manifest sobre el bon periodisme, Ryszard Kapuscinski diu: *“Como consecuencia de esas rutinas de trabajo, la ignorancia de los enviados de los medios sobre los acontecimientos que han de describir y comentar a veces resulta chocante”* (Kapuscinski, 2003).

Un cop el redactor ha incorporat la rutina productiva a la seva manera de treballar és capaç de produir ràpidament articles, cosa molt important en una professió que sempre va a contra rellotge, per satisfer les demandes dels lectors i fer-ho abans que la competència, seguint la lògica empresarial d'aconseguir el màxim benefici amb la mínima inversió.

Així, editors i redactors segueixen un conjunt de pràctiques a l'hora de conformar el diari, per fer front a les exigències productives, que amaguen una concepció de la feina del periodista com a intermediari entre els fets noticiables i els seus lectors, que ha de tenir com a principal objectiu informar amb objectivitat.

Aquesta posició, defensada per gran part de la professió, que alimenta la manipulació involuntària que senyalaven Ibarra i Idoyaga, ha sigut refutada àmpliament des dels sectors acadèmics. Francesc Burguet dedica *Les trampes dels periodistes* (2004) a denunciar que la barrera entre fets i opinions que organitza les seccions dels diaris - informació pura i comentari- ha configurat la falsa aparença que darrere la informació sobre els fets, no hi ha una intencionalitat, com sí que hi és darrere l'opinió i el comentari. Precisament perquè quan els mitjans defensen que la seva informació és objectiva, estan defensant que no hi ha intencionalitat darrere dels textos. Però, com ell mateix ha teoritzat àmpliament, la objectivitat com a sinònim de no-intencionalitat és una fal·làcia (Burguet, 2004):

“[L'objectivitat] entesa com a garantia ètica és un despropòsit. [...] Les dades sí que poden ser objectives -nombre de morts o de detinguts, preu del petroli, cabal del riu, declaracions....- però els fets, la informació de fets, això mai! En definitiva, doncs, que les dades de la informació siguin objectives o veraces no impedeix que la informació no pugui no enganyar. [...] El procés d'informació és, de cap a cap, una feina d'interpretació i valoració continuada”
(Burguet, 2004, p. 26).

Des de la planificació de la jornada laboral fins a la construcció del text periodístic, la tasca del periodista consta en seleccionar, jerarquitzar, organitzar i en prioritzar. Vidal (2001) denuncia la contradicció inherent a la concepció del periodista com un “*mercificador*” i exposa que “*no existeix una parla sense intencionalitat*” (Vidal, 2001, p.140).

“¿Pot un gate-keeper -un discriminador, un seleccionador, un jerarquitzador dins del procés de producció de la notícia- ser considerat un mer codificador de missatges sense intencionalitat, algú que transmet, com en una cadena, allò que li passen embolicat sense poder per obrir-ho, triar-ho i remenar-ho? No, òbviament.” (Vidal, 2001, p.77)

L'objectivitat i neutralitat amb què han d'actuar els treballadors dels mitjans de comunicació és, si més no, dubtosa, tenint en compte que la feina periodística en si consisteix en seleccionar:

“L'exercici d'opinió més brutal, més determinant, de tot el procés informatiu és decidir què és notícia i, per tant, què no ho és o què per tant no ho és tant”
(Burguet, 2004, p. 29).

El diari demostra la importància que concedeix a una notícia o una altra a través de recursos com la col·locació a la pàgina, o recursos gràfics o tipogràfics (Sabés & Verón, 2008). Així com la tria d'esdeveniments noticiables recau en el cap de secció, el redactor imprimeix intencionalitat sobre el que escriu; ja que selecciona dins del propi text què és i què no és important, seguint el model de piràmide invertida i busca donar al relat una aparença d'objectivitat.

El redactor utilitza un conjunt de pràctiques repetides que confereixen credibilitat a les informacions i que funcionen com a “*marcas de veridicción*” (Rodrigo Alsina, 1989, a Borges, 1998) i confereixen una “*aparencia objetivadora*” (Núñez Lavedeze, 1991, p. 104 a Burguet, 2004 p. x).

A més d'un llenguatge neutral que evita la presència d'adjectius qualificatius i que afegeix una gran presència de xifres (Borges, 1998) cal destacar que el gran escut en què s'emparen els defensors de l'objectivitat és la literalitat de les cites de les fonts que vestiran la peça: “*la literalitat esdevé sinònim i garantia d'objectivitat, perquè fa veure que l'emissor, o la periodista en el nostre cas, és un simple transmissor d'informació*” (Burguet, 2004, p. 162).

De la mateixa manera que la tria de què és notícia es converteix en un exercici d'opinió i d'intencionalitat, també ho és la tria d'unes declaracions o unes altres, o l'ordre en què

s'escriuen, per molt literals que siguin: *“El subjecte emparaulador s'amaga rere un estil que busca vendre impersonalitat”* (Vidal, 2001, p.86).

Aquest fet és d'especial transcendència en el cas del periodisme polític en què hi ha una feina de selecció de què és i què no és notícia a partir del que informen els propis protagonistes de la notícia i una elaboració del fet noticiable també en veu d'aquests mateixos, com hem vist anteriorment amb la tria dels temes i la dependència de les fonts.

Ja sigui per falta de temps, per falta de formació o per por a perdre la feina, el professional assumeix una determinada forma de treballar influenciada per l'alta politització, la mercantilització i l'espectacularització de la informació, explicades anteriorment, i es limita a seguir les fórmules de l'escriptura pròpia del periodisme convencional.

Aquesta rutina provoca un empobriment de la capacitat creativa dels periodistes, que els impedeix créixer com a professionals capaços de denunciar les incongruències greus que provoquen les exigències productives i de fer preguntes complexes sobre la realitat que, com veurem, és clau per exercir el periodisme literari.

Capítol 2: Periodisme literari

Un cop vistos quins són els temes dels quals s'han ocupat les seccions de política dels mitjans convencionals i quins procediments han seguit per traslladar-los al públic, ens preguntem si és possible aplicar-hi la metodologia del periodisme literari.

Però, què s'entén per periodisme literari? No és una pregunta fàcil de respondre. La mateixa Svetlana Aleksíevitx, última guardonada amb el premi de Nobel de literatura per la seva tasca periodística i literària, no defineix els seus llibres com mostres de periodisme literari sinó com “novel·les de veus”⁵.

En el món de la teoria periodística i de la pràctica professional, hi ha un ball de delimitacions pel que fa al concepte del periodisme literari. Un exemple clar és que els periodistes llatinoamericans, que a través de revistes com *Gatopardo*, *Etiqueta Negra* o *El Malpensante* o institucions com *La Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI)* mantenen viva aquesta metodologia, es refereixen al periodisme literari com “periodisme narratiu” i engloben sota el paraigües de “crònica” qualsevol peça que utilitzi el periodisme literari.⁶

Ens ha semblat adient, per tant, comptar amb la veu d'Albert Chillón que des dels anys 90 focalitza els seus esforços en l'estudi de la relació entre periodisme, literatura i comunicació, a qui hem entrevistat per treure'n l'entrellat del concepte que ens ocupa en aquest capítol.

Val la pena remarcar que l'Escola de Bellaterra, encapçalada per Chillón, ha servit per vestir aquest capítol i el capítol anterior, amb les aportacions de Xavier Giró, Francesc Burguet, David Vidal i Catalina Gayà.

“El periodisme literari és un territori força ampli que té comarques a l'interior”, ens ha explicat Chillón. “El periodisme literari no és sinònim de periodisme narratiu, ja que encabeix formes de periodisme literari que són descriptives, conversacionals o argumentatives”.

En una primera aproximació al concepte, detallem que el periodisme literari és una branca del periodisme que utilitza recursos literaris com ara estructures, descripcions,

⁵ Contraportada de: Aleksíevitx, S (2015): *Temps de segona mà. La fi de l'home roig*. Editorial Raig Verb.

⁶ Vegeu, per exemple, Correa Soto, C.M (2011): *La crònica reina sin corona*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT o Caparrós, M (2015): *lacrónica*.

diàlegs, escenes -extrets, principalment, de la novel·la realista- per explicar una història real (Chillón, 2014; Herrscher, 2014; Guerriero, 2010; Wolfe, 1976).

Vidal (2001) assenyala que la incorporació de recursos de composició i estil milloren l'expressivitat periodística i la qualitat de la informació. Aquesta mescla, doncs, és “especialment adequada per a l'ús informatiu”.

Com a resposta al dubte inicial que motiva aquest treball -si la metodologia del periodisme literari es pot aplicar a les seccions de política- Chillón ha contestat:

“El periodisme literari és un tipus de periodisme definit no pel tema que tracta, sinó per la manera de cultivar la pràctica periodística, que recorre de manera deliberada a recursos d'escriptura, d'ideació, i de comprensió de la realitat manllevats de la tradició literària, en el sentit més ampli de la paraula.”

D'aquesta resposta n'extraïem que el periodisme literari és un recipient en el qual hi pot entrar qualsevol tipus de temàtica. La política, també. De fet, algunes de les peces periodístiques més reconegudes que tracten temes polítics han utilitzat aquesta metodologia. Tres exemples molt clars són les obres *Ten days that shook the world* (Deu dies que trasbalsaren el món, 1919), que John Reed va escriure sobre la revolució bolxevic de 1917; *The Selling of a President* (Com vendre un president, 1969), en què Joe McGinnis detallava la campanya publicitària que va convertir Robert Nixon en president dels Estats Units; i *Temps de segona mà. La fi de l'home roig* (2015) de la ja anomenada Svetlana Aleksiévitx, una obra que parla dels últims vint anys de la història de Rússia i de com el final del règim soviètic va afectar les persones que hi creien fermament. No obstant això, aquests exemples són excepcions, ja que, tradicionalment, el periodisme literari ha quedat marginat de les redaccions periodístiques en general, i, en concret, de les seccions de política.

Seguint les línies teòriques exposades a *La palabra facticia* d'Albert Chillón i a les investigacions de David Vidal sobre l'entrevista i de Catalina Gayà sobre el periodisme d'interacció social i les explicacions de Tom Wolfe, un dels seus màxims exponents, ens proposem explicar les particularitats d'aquesta metodologia, reafirmant la importància de la mirada crítica i de la metodologia d'investigació que demana aquest tipus de periodisme. A més, volem recordar que aquesta combinació d'esdeveniments i persones reals amb les eines i tècniques de la ficció va sorgir amb força a principis del segle XX

amb els *muckrakers* i als anys 60 amb el *New Journalism*, coincidint amb un determinant context sociocultural marcat per un gran canvi de valors de la societat.

La mirada. Crítica

La primera idea que volem remarcar és que la metodologia del periodisme literari defensa una vessant de l'ofici crítica i concep el periodista com un autor humanista. En paraules de Chillón:

“[El periodisme literari] reivindica una escriptura periodística que té voluntat d'emparaular la realitat de forma complexa, no pedant. I, per tant, hi ha una reivindicació en aquest emparaulament complex de mirar la realitat amb la complexitat inherent a aquesta escriptura.”

El periodisme literari no és una qüestió d'estil, doncs, sinó que és una manera de concebre el periodisme, que parteix de la certesa que l'objectivitat és una fal·làcia i explica una història real des de la subjectivitat de cada redactor. D'aquesta manera, assumint la intencionalitat darrere de les seves decisions i fugint de la rutina productiva del periodisme convencional, el periodista literari reivindica l'honestedat, per sobre de l'objectivitat.

Com assenyala Vidal “*només des de la subjectivitat explícita i compromesa es pot ser honestament neutral o imparcial*” (Vidal, 2002, p.80), ja que a través d'un “*emparaulament propi i subjectiu*”, el periodista s'allunya de la “*ideologia subjacent en el llenguatge del poder*” i utilitza un llenguatge “*més proper a l'audiència*” (Vidal, 2001, p.93).

A través d'una escriptura complexa, que no barroca o plena de cultismes, el periodista literari busca explicar una realitat indubtablement complexa des de diferents punts de vista, com ho faria un pintor cubista (Kapusinski, 2003, p. 33) i fugir de la fàbrica de declaracions en què s'han convertit les redaccions dels diaris convencionals (Herrscher, 2012, p. 32). La mirada, doncs, en l'exercici d'aquesta metodologia és crucial, tal com recull Leila Guerriero (2010):

“El periodismo narrativo es muchas cosas pero ante todo es una mirada -ver, en lo que todos miran, algo que no todos ven- y una certeza: la certeza de creer que no da igual contar la historia de cualquier manera” (Guerriero, 2010).

En la cita anterior, Guerriero aporta un altre element important quan afirma que “*no da igual contar la historia de cualquier manera*”. El periodista literari, com a autor, reconeix la importància del llenguatge que “representa” la realitat (Chillón, 2014, p.103). Per aclarir aquesta idea, aportem una cita de Chillón que la desenvolupa:

“El lenguaje no es un simple instrumento con el que puede darse cuenta de una realidad externa -y concebida como independiente de él- sino el modo esencial de experimentar la realidad y aun de construir los hechos que la integran”. (Chillón, 2014, p. 104).

Perquè el periodista pugui arribar a explicar una història real sense fer un inventari, des d'un punt de vista diferent, es donen uns requeriments molt particulars que, en general, s'incompleixen a les redaccions. És necessari un professional que concebi la seva feina com a una tasca intel·lectual i d'investigació i que, per tant, tingui una formació cultural àmplia. Aquest aspecte és imprescindible, perquè en realitzar el treball de camp el periodista, com exposa Guerriero (2012), pugui, a més d'informar, explicar, comentar i provocar reflexió.

Així, el periodisme ha de ser concebut com una activitat interpretativa, intel·lectual i artesanal. No obstant això, que el periodista disposi d'una base cultural i un domini dels recursos literaris, no significa que hagi d'escriure de forma pedant. El periodista literari sempre ha de tenir en ment que “*la prosa y la voz del autor son una herramienta al servicio de la historia*” (Guerriero, 2010, p. 13) i que, escrigui com escrigui, ha de ser fidel a la veritat i no ometre ni afegir res per a fer més atractius els seus textos: “*De todos los recursos de la ficción que puede usar hay uno que al periodismo narrativo le está vedado. Y ese es el recurso de inventar*” (Guerriero, 2010, p. 13).

Un cop respectades aquestes dues màximes que proposa Guerriero, hi ha moltes maneres de posar en pràctica aquesta metodologia; hi ha, pràcticament, tantes variants com persones l'han exercit. Periodistes com Truman Capote o Gunter Wallraff no tenen res a veure, ni tampoc la seva manera d'escriure o de treballar. Ara bé, tots els periodistes literaris han qüestionat el dogma de l'objectivitat, que encara ara segueix imperant a les redaccions dels diaris, i han reivindicat una escriptura complexa i crítica amb “la insistència d'aquest periodisme [convencional] amb la redacció periodística formulària, plena de fórmules i de *clichés*”, en paraules de Chillón.

Val la pena recordar la frase de Chillón que assegura que, com tota activitat, el periodisme literari és susceptible de “conreus lamentables i de mala qualitat”: “Abans de fer periodisme literari, un periodista ha de saber escriure amb eloqüència i ni això no està garantit”, ha expressat en la nostra conversa.

Tot i això, podem afirmar que l'actitud creativa que el periodisme literari demana als que l'exerceixen és més difícil de controlar i de “rutinitzar”. Per això diem que és un periodisme que pot ser crític amb el poder, perquè no en depèn tant per a funcionar com el periodisme tradicional.

La forma. Narrativa

Per donar aquesta mirada nova dels fets no hi ha manual d'instruccions. El talent del redactor a l'hora d'aconseguir que un text periodístic ens colpegi i passi a formar part de la nostra memòria com a lectors és un element molt important. Kapushinski deia:

“No tengo recetas fijas o técnicas de trabajo preestablecidas porque no las hay en el campo de la creación, y allí se inscribe el periodismo escrito. Este trabajo, en sus manifestaciones más ambiciosas, requiere de una actitud individual creativa, de las propias formas de contar y hacer las cosas” (Kapuscinski, 2003, p. 38).

Quins recursos literaris funcionen millor aplicats a l'escriptura sobre persones i fets reals? Tom Wolfe va observar a la seva antologia *New Journalism* que els periodistes literaris extreien les tècniques del realisme -particularment d'escriptors com Honore de Balzac i Charles Dickens- a base d'improvisació. “A base de tanteo, de 'instinto' más que teoría, los periodistas comenzaron a descubrir los procedimientos que conferirían a la novela realista su fuerza única, variadamente conocida como 'inmediatez', como 'realidad concreta', como 'comunicación emotiva', así como su capacidad para 'apasionar' o 'absorber'” (Wolfe, 1976, p. 51).

Ara bé, el propi Wolfe, va intentar definir quins eren els procediments que donaven força al periodisme literari. Primer de tot, construir la història escena per escena “contando la historia saltando de una escena a otra y recurriendo lo menos posible a la mera narración histórica” (Wolfe, 1976); en segon lloc, registrar els diàlegs en la seva totalitat -i per això es necessari que el periodista sigui testimoni de les escenes-; fer

servir el punt de vista en tercera persona per posar el lector a la pell del personatge per mitjà d'entrevistes exhaustives, és el tercer procediment que va detallar Wolfe; i, l'últim, explicar gestos quotidians, hàbits, costums i detalls simbòlics sobre la persona.

Aquestes directrius es poden aplicar a tots els gèneres periodístics, des de la crònica, fins a l'entrevista, però són especialment adients per al gènere del reportatge novel·lat, que va viure una gran eclosió en temps de Wolfe. Seguim la definició de Chillón per referir-nos al reportatge novel·lat com aquell gènere entès com “*una modalidad de escritura híbrida caracterizada por la simbiosis, la vocación testimonial y los procedimientos de documentación propias del reportaje periodístico, por un lado y las convenciones de representación inherentes a la novela realista de ficción, por otro*” (Chillón, 2014, p. 269).

De la mateixa manera, Herrscher explica cinc elements que, segons el seu parer, distingeixen el bon periodisme narratiu: la veu pròpia, la visió dels altres, la forma en què les veus cobren vida, els detalls reveladors, la selecció i l'enfocament de la història (Herrscher, 2012, p. 28). Amb la construcció de la pròpia veu del periodista com a narrador, combinada amb les veus i punts de vista de les fonts s'aconsegueix crear una escena, ja que les fonts deixen de ser fàbriques de declaracions per convertir-se en personatges que viuen en un temps i en un espai concret. I llavors els detalls reveladors -frases, imatges, sons- queden a la memòria i “*nos hacen percibir con los sentidos cosas que pensamos o sentimos y que nos cuesta explicar*” (Herrscher, 2012, p. 34).

Altres autors coincideixen en la importància de crear una escena per explicar la història: per Guerriero, en el periodisme literari, la unitat fonamental de treball no són les dades, sinó l'escena (Guerriero, 2010). De la mateixa manera, Wolfe explica que “*la relación de tales detalles no es meramente un modo de adornar la prosa. Se halla tan cerca del núcleo de la fuerza del realismo como cualquier otro procedimiento en la literatura. En él radica la esencia misma de la capacidad para 'absorber' de Balzac*” (Wolfe, 1976, p. 52).

És per això que sovint les peces narratives comencen amb detalls per “absorbir” el lector. A tall d'exemple, copiem el principi de la crònica *Manicura y talibanes* (2009) de Plàcid Garcia Planas:

Zabi muestra su mano al reportero. Tiene algunos anillos y dos largas uñas rosas que sobresalen de sus dedos meñique y pulgar.

—¿Por qué te recortas las uñas de los tres dedos centrales?

—Para poder cerrar bien el puño y pegar mejor —responde—.

Zabi vuelve a extender la mano para señalar las cicatrices de navaja que se dibujan en su muñeca, entre sus dedos: no es fácil ser **travesti** en **Afganistán**.

Un altre exemple d'ús del detall és el final que rubrica John Hersey a *Hiroshima* (1946) un relat en què el periodista es posa a la pell de sis supervivents de la bomba atòmica. Una dels sis és Toshiko Sasaki, treballadora de la Fàbrica Oriental d'Estany. Així explica Hersey com va viure la caiguda de la bomba que va acabar amb la vida de 100.000 dels seus veïns:

“Todo se desplomó, y la señorita Sasaki perdió la conciencia. El cielo raso se derrumbó de repente y el piso de madera se desplomó y cayó la gente de arriba y el techo cedió pero lo principal y lo más importante fue que las estanterías que estaban justo detrás de ella fueron barridas hacia delante, los libros la derribaron y ella quedó con su pierna izquierda horriblemente retorcida, partiéndose bajo su propio peso. Allí en la fábrica de estaño, en el primer momento de la era atómica, un ser humano fue aplastado por libros”

(Hersey, 2015, p. 26).

Un cop feta una primera aproximació a què entenem per periodisme literari, veiem que la metodologia que implica aquest tipus de periodisme demana d'un rol particular del periodista, com a autor i no com a simple obrer de la fàbrica de declaracions que descriu Herrscher.

Aquesta concepció de la feina exigeix que el professional adopti una posició participativa, activa i intel·lectual que requereix d'una formació contínua, i de temps a l'hora d'escriure les informacions, amb el suport editorial necessari per disposar d'aquest temps i per tenir la llibertat d'adoptar posicions crítiques. Constatem que aquesta manera de treballar difereix de la forma en què s'han tractat els temes polítics -i la majoria d'altres temes, també- a les redaccions dels diaris.

Entre molts dels redactors i editors de les seccions de política dels diaris catalans, la preocupació per l'escriptura arriba poc més enllà de la frontera de la correcció. No només no aposten per un emparaulament complex sinó que, apunta Chillón, sovint descuiden el *sine qua non* de l'ofici: escriure de forma eloqüent.

I a escriure s'aprèn llegint. Aquesta màxima acceptada per tothom, la descriu magistralment el premi Nobel de literatura Gabriel Garcia Márquez (1996), quan, en referir-se a la seva experiència com a periodista, assegurava que la mateixa pràctica de l'ofici imposava la necessitat de formar-se una base cultural, que el mateix ambient laboral s'encarregava de fomentar: “*La lectura era una adicción laboral*”.

Com apunta Izquierdo (2012), la prevalença de l'hipertext i de les pantalles a la nostra vida ha causat un empobriment de la lectura en general, una activitat que, de per si, demana atenció sostinguda. La lectura ràpida i distreta que fomenten les noves tecnologies de la informació i la comunicació conspira en contra del tipus de lectura que demana el periodisme literari i la literatura en general.

En la conjuntura actual, ens plantegem si seria possible la implementació del periodisme literari a les seccions de política i si suposaria una via per superar la crisi, que alhora, podria fomentar una lectura més lenta amb un desplegament més gran d'idees.

La resposta literària a la crisi: la denúncia social dels muckrakers i l'eclosió del reportatge novelat del New Journalism

Ens proposem endinsar-nos en dos períodes concrets en què el rol del periodista com a “emparaulador de la realitat” (Vidal, 2001) es va fer present i va possibilitar un periodisme independent i literari, en un context de crisi econòmica i de canvi de valors: els *muckrakers*, a cavall entre finals del segle XIX i principis del segle XX; i el *New Journalism*, a la dècada dels seixanta.

El primer cas que abordem és el dels *muckrakers*. A les últimes dècades del segle XIX i primeres del segle XX, a les societats urbanes i industrials amb creixement i sense garanties socials com Chicago o Nova York, apareix el periodisme d'investigació i denúncia d'un grup de periodistes pròxims al socialisme i a l'anarquisme, coneguts com els *muckrakers* o aplega-fems -malnom amb el qual els va batejar el president Theodore Roosevelt- (Gayà, 2015, p. 143-144).

L'aparició dels *muckrakers* es produeix en un context de canvi de valors, amb una part de la societat en lluita explícita per assolir reformes socials. L'arribada de la societat de masses i la consolidació del capitalisme monopolista van coincidir amb els canvis en els hàbits de consum i d'oci promoguts per les noves tecnologies de la comunicació i el transport (Chillón, 2014, p. 221).

L'arribada del ferrocarril va propiciar un alt desenvolupament de la premsa de masses, que entre 1880 i 1930, es va consolidar com un negoci (Chillón, 2014, p. 221). Per augmentar les tirades, els editors van optar per publicar relats novel·lats sobre l'actualitat informativa en forma d'informacions novel·lades, *features*; d'històries d'interès humà, *human interest story*; i de relats breus, *short-story*. La informació sobre l'actualitat es va començar a percebre com a un mitjà adequat per a la reforma política i social (Chillón, 2014, p.227). Chillón ho relaciona amb un fenomen cultural i comunicatiu de gran abast: “*la necesidad de elaborar y recibir productos culturales capaces de captar y expresar las palpitaciones de nuestros tiempos*” (Chillón, 2014, p. 185) que va provocar, al llarg del segle XIX, la proliferació de l'escriptura periodística i la novel·la realista.

En aquest context, apareixen els *muckrakers*, que van utilitzar el reportatge novel·lat per explicar la corrupció de les empreses capitalistes i del propi estat a revistes com *Munsey's*, *Metropolitan*, *Everybody's Magazine*, *Saturday Evening Post*, *Republic*, *Leslie's Weekly*, *Pearseon's*, *Collier's*, *Hampton's*, *McClure's* o *The Masses*. Segons Gayà, és la primera generació de periodistes que es plantegen “*otra manera de buscar, de investigar y de contar la información*” que és possible en la mesura que hi ha un suport editorial amb revistes que “*dan cabida a un perfil de periodista que encarna la figura del intelectual*” (Gayà, 2015, p. 144).

Aquest grup de periodistes van rebre influències dels escriptors naturalistes nord-americans com Theodore Dreiser, Jack London i Upton Sinclair, que, inspirant-se en Émile Zola, van fer de l'observació i de la investigació de la realitat, a través de la documentació exhaustiva a base de documents o entrevistes, “*un recurso indispensable para escribir sus obras*” (Chillón, 2014, p. 222).

Ida M. Tarbell va ser una dels *aplega-fems* més cèlebres. Tarbell va publicar *History of the Standard Oil Company* (1904), en el qual exposava el negoci especulatiu i

monopolista del magnat John D. Rockefeller. Un altre exemple d'aquest tipus de reportatge novel·lat va ser la denúncia de la corrupció municipal de diverses ciutats, entre les quals hi havia Nova York i Chicago, que va escriure Lincoln Steffens a *The Shame of the Cities* (1904). Edwin Markham va denunciar l'explotació laboral infantil a *Children in Bondage* (1914). Samuel Hopkins Adams va destapar la venda de medicaments perillosos per la salut a *The Great American Fraud* (1905-1906). David Graham Phillips va publicar *The Treason of Senate* (1906), un conjunt de reportatges que va forçar l'aprovació de reformes legislatives com la *Pure Food and Drugs Act* o la *Meat Investigative Act*. Un dels *muckrakers* que més va incorporar recursos novel·lístics va ser John Reed que a *The Masses* va publicar extensos reportatges novel·lats com *Insurgent Mexico* (1914) i *Ten days that shook the world* (1919) que utilitzaven situacions, ambients, diàlegs, anècdotes i detalls per explicar, en el primer cas, la revolució mexicana encapçalada per Emiliano Zapata i Pancho Villa, i la revolució bolxevic, en el segon.

A partir de la investigació d'una societat que estava immersa en una crisi d'hàbits i a través de trets típics de la novel·la realista i naturalista, els *muckrakers* van obrir la veda del que després s'anomenaria periodisme literari i que hauria d'esperar fins a mitjans del segle XX per arribar al seu moment àlgid, amb el *New Journalism*.

A partir d'un rebuig clar a les pràctiques del periodisme hegemònic i la utilització de recursos literaris heretats de la novel·la realista, entre 1962 i 1977, autors com Gay Talese, Tom Wolfe, Hunter S. Thompson, Joan Didion, Terry Southern, John Shack, Jimmy Breslin, Michael Herr o Norman Mailer, van protagonitzar l'eclosió del reportatge novel·lat. Així, el corrent conegut com *New Journalism*, nom que va quallar per referir-se a aquest eclèctic conjunt de periodistes, és un altre exemple de moment en la història del periodisme, en què després d'una crisi de valors i costums, el rol del periodista canvia utilitzant la metodologia de periodisme literari.

Aquest canvi transcorre en paral·lel a una sèrie de revolucions socials, culturals i ideològiques de la societat nord-americana (Gayà, 2015, p. 148). La consciència negra, el fenomen hippie, la permissivitat sexual, la proliferació de la cultura de la droga, la rebel·lió dels negres contra la segregació racial, la protesta contra la guerra del Vietnam són expressions del que es va denominar contra cultura o cultura *underground*. Explica

Tom Wolfe a l'antologia *New Journalism* (1973) que la generació que va néixer després de la Segona Guerra Mundial va abandonar les normes i creences que regien la societat americana de la postguerra: “[A la década dels seixanta] *las costumbres y las éticas, las maneras de vivir, las actitudes hacia el mundo, cambiaron el país de modo más crucial que ninguno de los acontecimientos políticos*” (Wolfe, 1976, p. 47).

En aquest context, els *new journalists* van aparèixer com un corrent que posava en dubte les rutines del periodisme hegemònic i a l'objectivitat com a dogma:

“La proliferación y la creciente influencia social de las diversas manifestaciones de la denominada *counter culture* generó una radical desconfianza -a menudo traducida en denuncia explícita- hacia la colisión entre las élites de poder y la industria de la información. Los nuevos movimientos críticos pusieron entredicho los presupuestos básicos del discurso periodístico hegemónico en los Estados Unidos, e incluso atacaron el sagrado dogma de la objetividad informativa, considerado ahora como una falacia cognoscitiva, y ya no como una garantía de verdad” (Chillón, 2014, p. 302-303).

El *New Journalism* va expressar el seu rebuig a la premsa convencional de l'època a través de la reivindicació de la subjectivitat i l'ús de recursos literaris, els antecedents dels quals es remunten, primer, als *muckrakers*, i després, a James Agee o als periodistes de l'escola *New Yorker* com John Hersey, passant pels novel·listes-reporters com Ernst Hemingway, George Orwell i John Dos Passos:

“El *New Journalism* combinó desde sus inicios la acuidad documental con la ambición de conferir a los textos informativos una calidad estética parangonable a la de la narrativa de ficción, mediante el uso de procedimientos de escritura tomados de la tradición literaria y, en especial, de la novela realista” (Chillón, 2014, p. 301).

Els integrants d'aquest corrent, doncs, tenien en comú el rebuig a les pràctiques del periodisme hegemònic i la utilització de recursos literaris heretats de la novel·la realista, però eren molt diferents entre ells i van tractar temes molt diversos amb estils propis. Joe McGinnis es va ocupar de la campanya publicitària de Robert Nixon a *The Selling of President*; John Gregory Dune es va endinsar en el negoci cinematogràfic a *The Studio* (1968); Roberth Christgau va exposar els perills de les dietes macrobiòtiques a

Beth Ann and Microbioticism (1966); Tom Wolfe va tractar, entre altres, els costums contemporanis a *Mauve gloves and Mad Men & Clutter & Vine and other stories, sketches and essays* (1976) i la cultura de la droga a *The Electric Kool-Aid Acid Test* (1968); Robert Sabbage a *Snow Blind. A brief career in the cocaine trade* (1976) va retratar el comerç de cocaïna entre Estats Units i Colòmbia; Robert Greenfield sobre la música rock *A journey through America with the Rolling Stones* (1974); Barbara L. Goldsmith del pop art a *La Dolce Viva* (1968); Micheal Herr va explicar a *Dispatches* (1977) i John Sack a *M* (1966) la guerra del Vietnam mentre que Norman Mailer va elaborar un reportatge novel·lat de la manifestació més important contra la intervenció militar a *The Armies of the Night* (1968), a més de l'execució de Gary Gilmore a *The Executioner's Song* (1979); Truman Capote va explicar minuciosament l'assassinat d'una família de Kansas a *In Cold Blood*; Gay Talese va retratar el crim organitzat a *Honor Thy Father* (1971); i Hunter S. Thompson es va introduir al món d'una banda de motoristes a *Hell's Angels* (1966).

El *New Journalism* va tenir presència tant a la premsa *underground* com a mitjans més consolidats -suplements de *The New York Times* i *The New York Herald*- i a noves revistes com *Rolling Stones*, *New York Magazine*, o *Esquire*. A més, en forma de peces híbrides publicades en forma de llibre.

El *New Journalism* no busca una veritat absoluta sinó una veritat relativa que es basa en experiències subjectives (Chillón, 2014, p. 308). Peces com *Dispatches* de Michael Herr o *Hell's Angels* de Hunter S. Thompson van representar un canvi radical d'actitud deontològica respecte al periodisme hegemònic, i van mostrar, segons Chillón, que:

“Tanto la estructura productiva de los medios de comunicación como las pautas y rutinas de elaboración informativa aplicadas por los profesionales -íntimamente ligadas al mito de la objetividad que fundamenta el discurso periodístico dominante- están orientadas a suscitar en el lector la ilusión de contemplar un espejo de la realidad social. Los nuevos periodistas, plenamente conscientes de este hecho, se empeñaron en poner de manifiesto que los medios de comunicación nunca reflejan la realidad, sino que más bien le dan forma, la construyen o incluso la suplantán” (Chillón, 2014, p. 308).

Fem una referència a aquests períodes perquè entenem que estem vivint una nova crisi social i de canvi d'hàbits que ha afectat profundament la premsa escrita, que podria

aprofitar la conjuntura actual i modificar les seves rutines productives, inspirant-se en els períodes històrics mencionats, perquè, d'aquesta manera, els diaris tornin a la funció bàsica del periodisme, que és fer els ciutadans més lliures i proporcionar-los eines perquè puguin prendre decisions.

Capítol 3. Les veus dels caps de política

El cap de política és el “gate-keeper” personal de cada secció. Qui, al final, acaba decidint quines històries, quins enfocaments i quina importància se li concedeix a cada notícia. Per tenir una noció de la pregunta i el dubte que motiven aquest treball -la incorporació de la metodologia del periodisme literari a les redaccions pot revertir la situació actual de crisi estructural dels mitjans- i conèixer quins canvis ha provocat la conjuntura actual marcada per la crisi econòmica i la irrupció dels nous dispositius en les rutines bàsiques productives de les seccions de política, entrevistem a aquest “controlador” de la informació política.

A més de donar resposta a aquests dubtes, que després del que hem explicat al capítol 1 i 2 pot semblar clara, l'interès de les entrevistes recau, també, en l'espai que deliberadament hem deixat per tal que les seves preocupacions i idees sobre la professió poguessin aflorar al llarg de les converses. Així, a més de centrar-nos en les afirmacions de cadascun d'ells, en aquest aspecte, és especialment interessant, les omissions, el que no diuen, què consideren que no és important.

Ens proposem, doncs, donar veu als periodistes que dirigeixen les seccions de política de *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya*, *Ara*, i *El Mundo Catalunya* per, així, contrastar idees i tenir visions diferents del tema que ens ocupa. Aquests diaris conformen un mosaic força transversal de la realitat del conjunt de diaris d'informació generalista que es venen a Catalunya:

- *La Vanguardia*, fundat l'any 1881, ha sigut líder en vendes a Catalunya, des de finals del segle XX fins a l'actualitat⁷. Pertany al Grup Godó, controlat per la quarta generació d'una família tradicionalment vinculada a empreses periodístiques, segons anuncia la pròpia pàgina web del rotatiu, i que engloba el diari esportiu *Mundo Deportivo* i la ràdio *Rac 1*, com a principals mitjans. Els redactors de política es dediquen exclusivament al producte en paper. Tot i la crisi, el rotatiu encara aguanta un no menyspreable nombre de col·laboradors i enviats que li poden permetre encara una important producció pròpia.
- *El Periódico de Catalunya* és el buc insígnia del Grup Zeta. Creat el 1978, va optar per inserir grans titulars i fotografies i donar un gran pes a la secció

⁷ Resum general (abril 2015 – març 2016) EGM extret de la pàgina web <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>. Última consulta, 20 d'abril de 2016.

d'esports, una fórmula popular que el va portar a aconseguir el segon lloc entre els diaris editats a Catalunya, només cinc anys després⁸. Des d'aleshores s'ha mantingut en segon lloc en el mercat de la premsa escrita catalana. Avui dia, el paper segueix sent una prioritat per al rotatiu que, per fer front a la davallada de lectors que han patit tots els mitjans, ha buscat fórmules alternatives i noves narratives per afrontar la informació política.

- *El Mundo Catalunya* és la capçalera regional d'*El Mundo*, fundat el 1989, que s'ha mantingut històricament per sota d'*El País* al rànquing de diaris més venuts a Espanya, mentre que a Catalunya se situa en sisena posició per darrere d'*El Punt Avui* i l'*Ara*⁹. La delegació catalana té una gran dependència de la seu central a Madrid, cosa que els condiciona a l'hora d'escollir els temes i quins recursos hi dediquen. A més, el rotatiu és un dels més afectats per la crisi econòmica, ja que, essent propietat del grup editorial italià RCS Mediagroup, ja ha patit dos EROs i va camí del tercer¹⁰. La redacció catalana ha patit una integració forçada que ha comportat que tots els redactors es dediquin al producte en paper i al digital i que, a vegades, per falta de gent, els redactors no cobreixin els temes dels quals estan especialitzats. La producció pròpia està molt limitada.
- *Ara* va néixer el 2010 com una redacció integrada. El grup d'emprenedors de l'àmbit periodístic, editorial i empresarial que hi ha darrere de la seva fundació buscaven bastir una comunitat de persones lectores, “connectades pel paper i per la pantalla”¹¹. Van decidir fer una aposta i fer de l'experiència digital el nucli bàsic del seu negoci: a partir del passat novembre el diari va apostar definitivament pel *paywall*, és a dir, per reservar els continguts de la web a subscriptors (l'usuari ocasional pot llegir 10 articles al mes), convertint-se, d'aquesta manera, en el primer digital a implementar-ho a Catalunya. Actualment, es disputa la segona posició dels rànquings de visites a la web amb dos digitals que ofereixen el seu contingut de forma gratuïta: *Vilaweb* i el

⁸ Document extret de la pàgina web de Gran Enciclopèdia Catalana <http://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0050353.xml>. Última consulta, 7 d'abril de 2016.

⁹ Document extret de la pàgina web de l'Oficina de Justificació de la Difusió <http://www.introl.es/medios-controlados/>. Última consulta, 4 de maig de 2016.

¹⁰ Notícia extreta del diari *El confidencial* http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2016-04-04/los-diarios-de-unidad-editorial-haran-un-nuevo-ere-tras-900-despidos-en-ocho-anos_1178709/. Última consulta, 17 d'abril de 2016.

¹¹ Document extret de la pàgina web del diari *Ara* http://www.ara.cat/manifest_fundacional.html. Última consulta, 7 d'abril de 2016.

*Mon.cat*¹²¹³. La seva versió en paper se situa entre la tercera i la cinquena posició dels rànquings de difusió i tiratge, depenent del mes. El fet de ser creat en plena crisi va comportar que l'*Ara* fos pensat amb les necessitats ajustades, apostant decididament pel món digital i per crear aquesta comunitat de subscriptors, amb qui comparteixen un imaginari col·lectiu.

Tot i que es dediquen a la informació general i a l'actualitat, tots els diaris tenen característiques pròpies que els diferencien, cosa que enriqueix el valor de les seves declaracions en conjunt.

Per contextualitzar aquestes veus, farem un apunt de les circumstàncies que van envoltar la realització de les entrevistes que ens semblen significatives. Per exemple, les entrevistes amb Jaume V. Aroca i Neus Tomàs, caps de política de *La Vanguardia* i d'*El Periódico*, respectivament, van estar condicionades per l'actualitat informativa a la que aquests caps de secció viuen connectats les 24 hores del dia.

En el cas d'Aroca, tot i rebre'ns a casa seva un dimarts al matí, la recent dimissió del ministre d'Indústria, Energia i Turisme, José Manuel Soria, va provocar la interrupció de la conversa vuit cops perquè havia de gestionar trucades dels seus redactors. De la mateixa manera, l'entrevista amb Tomàs va començar amb tres quarts d'hora de retard a causa d'uns “imprevistos”, es va interrompre tres vegades i va acabar de forma abrupta quan el director del diari va reclamar la seva presència.

Tot al contrari, Joan Rusiñol, cap de política de l'*Ara*, ens va citar a la redacció del diari un matí de calma informativa i l'entrevista no es va interrompre cap cop i va transcórrer de forma contínua; de la mateixa manera, la cap de secció de política d'*El Mundo Catalunya*, Carol Álvarez, ens va citar a un bar de Glòries enmig de la pausa de cinc dies que va agafar per fer front a la ressaca de la investidura fallida de Pedro Sánchez i per fugir de “l'esgotadora” temporada política catalana, pel que la conversa va ser molt més distesa.

Recapitulant, en boca d'Aroca, Tomàs, Álvarez i Rusiñol, desgranem les mil i una fórmules que s'han inventat per adaptar-se a la doble crisi que estan patint els mitjans

¹² Document d'informació i control de publicacions del diari *Ara* extret de la pàgina web de l'Oficina de Justificació de la Difusió http://www.ojdinteractiva.es/muestra_acta/mitjans-digitals-en-catala/5308/04/2016/. Última consulta, 12 de maig de 2016.

¹³ Document extret de la pàgina web de l'Oficina de Justificació de la Difusió <http://www.ojdinteractiva.es/mitjans-digitals-en-catala/ara---catala%EF%BF%BDn-evolucion-audiencia/totales/anual/5308/trafico-global/>. Última consulta, 17 de maig de 2016.

-l'estructural, de canvi d'hàbits; i la conjuntural, econòmica. En aquest context ens preguntem si estan disposats a aplicar la metodologia del periodisme literari als temes típics de la política, i quins problemes i beneficis suposaria.

Adéu al paper? Una professió acomplexada

La davallada de lectors del diari en paper i, conseqüentment, d'anuncis publicitaris, i la dificultat per monetitzar la informació a les plataformes digitals, ha provocat un seriós qüestionament del model de negoci que la premsa escrita havia instaurat des de fa més d'un segle -amb la consolidació de l'estat burgès de dret i la legalització d'una publicitat políticament activa (Habermas, 1981, p. 212)-. De les declaracions dels caps de política, i, especialment, de les d'Aroca, de Tomàs i d'Álvarez, se'n dedueix que al seu entendre la situació actual de crisi del periodisme no té fàcil solució.

A Espanya que, com hem vist amb les idees de Hallin i Mancini (2008) la tradició marca uns índex de lectura més baixos que els dels altres països europeus, aquesta disminució d'ingressos arriba després del darrer cicle de prosperitat de la premsa escrita, que Bassets (2013) situa entre 2002 i 2007, un moment que l'actual director adjunt del diari *El País* considera com el més reeixit de la història dels diaris espanyols.

“Els tiratges que teníem no els recuperarem perquè les noves generacions no llegeixen paper. La reflexió en què estem tots els diaris, des del *Washington Post* fins a *El País* és com el pas al digital ens ha de permetre sobreviure”. Aquesta preocupació expressada per Tomàs és compartida sobretot per Aroca, que en pertànyer al mitjà en paper més consolidat es mostra distant pel que fa a la viabilitat de la digitalització: “Encara no sabem quin és el negoci a Internet i si no hi ha negoci a Internet, no hi ha periodisme digital. Perquè t'ho pots plantejar com vulguis, però els periodistes hem de pagar una casa, hem de tenir una vida, hem de tenir fills, hem de cuidar una família, tenim pares, els pares es posen malalts i els hem de cuidar i aquí necessitem diners, i això no es fa amb un negoci petit”.

La preocupació per la manca d'ingressos no és infundada. La quantitat de lectors totals dels diaris espanyols ha disminuït de 15,9 a 11,2 milions des de 2008 fins al primer semestre de 2016. Més de la meitat de la població no llegeix diaris setmanalment i un 34% no ho fa absolutament mai. Mentrestant, l'ús d'Internet no para de créixer amb un

70% de la població que es connecta diàriament a la xarxa¹⁴. El problema no és només de quantitat de públic, ja que els mitjans de comunicació omplen els rànquings de webs més vistos, sinó de retorn de la inversió, ja que els continguts que ofereixen els diaris digitals són, amb excepcions com la de l'*Ara*, gratuïts.

A més, com hem explicat al capítol 2, la prevalença de l'hipertext i de les pantalles a la nostra vida ha fomentat una lectura ràpida i distreta que ha provocat un empobriment de la lectura en general. L'aparició dels nadius digitals i la migració dels lectors a Internet, com hem vist, no fomenta una lectura pausada i sostinguda

La professió està entomant amb resignació i un cert grau d'impotència aquest canvi de preferències dels ciutadans: “Tots plegats hem pecat de conservadors”, opina Rusiñol, “tinc la sensació que estem una mica acomplexats”, amplia el cap de secció de política de *La Vanguardia* que, agudament, apunta que les causes de la pèrdua de lectors no s'han de buscar única ni principalment a Internet, i centra el focus d'atenció en la pèrdua d'hegemonia i de legitimitat que abans tenien els grans diaris i la premsa en general, causada per una societat “molt més lliure, molt més desagregada”. En les seves paraules:

“El conflicte a què ens enfrontem els periodistes no és la competència d'Internet, és el fet que la ciutadania ha deixat de llegir el mateix diari, deixa de creure'm a mi com a relator bàsic de la societat [...]. Abans quan *La Vanguardia*, diari de referència d'aquest país, deia alguna cosa, tothom s'ho creia 'a pies juntillas'. A hores d'ara, la nostra capacitat de poder manar en aquest discurs és molt relativa. Hem perdut allò fonamental: l'hegemonia, i l'hem perdut en favor d'un munt de gent que és capaç de pronunciar el seu propi discurs, de fer-lo córrer, i de fer-lo convincent, a vegades, més convincent que el meu que arrossego una història antiga al darrere.”

A la conversa sobre la realitat que tradicionalment han protagonitzat els mitjans, s'hi ha afegit una multitud de noves veus: com ara blogs, xarxes socials o diaris digitals. Un exemple molt clar d'aquest fenomen és que els mitjans digitals creats per periodistes

¹⁴ Resum general (abril 2015 – març 2016) EGM extret de la pàgina web <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>. Última consulta, 30 d'abril de 2016.

espanyols han proliferat des de 2008.¹⁵ A Catalunya, a més de l'*Ara*, en aquest període de temps han nascut diaris digitals com *Nació Digital*, *El Món*, *eldirecte.cat*, *elnacional.cat* o *Crític* que fan de la política un element clau de la seva informació i que competeixen amb les versions en línia dels diaris convencionals i altres digitals que fa més temps que havien apostat per la digitalització com *Vilaweb*.

Segons Aroca, són canvis socials els que han propiciat que els ciutadans hagin canviat la manera com s'informen: “uns canvis que tenen a veure amb l'expansió del neoliberalisme, amb la desagregació del col·lectiu i amb la pèrdua del sentit del bé comú”. Aquesta és una idea a tenir en compte que podríem lligar amb el canvi social que Putnam ja va percebre a *Solo en la bolera* (2002): la davallada de lectors de premsa escrita relacionada amb una població menys activa, més individualista, que participa menys en la comunitat.

En la combinació d'aquests canvis sociològics amb l'arribada de la crisi econòmica -la caiguda de la publicitat i l'esgotament de les estratègies de màrqueting i promoció que havien permès als mitjans sobreviure- hi trobem les causes de la doble crisi que pateix la professió, que ha resultat en un agreujament molt important de la precarietat laboral, amb 12.200 professionals acomiadats a Espanya des del 2008¹⁶, i amb un auge important de l'economia submergida amb l'absència de contractes escrits, l'abús de becaris o la presència de falsos col·laboradors a les redaccions (Sánchez, 2013).

El salari dels redactors en cap, dels caps de secció i dels redactors de nivell mitjà i baix s'ha reduït en un 23%, 20%, 22% i 14%, respectivament, des de 2008 fins a 2015. En aquest mateix període, s'han tancat 38 diaris, 214 revistes, 12 rotatius gratuïts i 58 mitjans digitals; i s'han acomiadat 2.635 periodistes de diaris, 1.439 de revistes, 613 de rotatius gratuïts i 382 de mitjans digitals.¹⁷

Les retallades de costos que han dut a terme les directives per fer front a la crisi econòmica i a la davallada de lectors han propiciat llocs de treball d'inferior qualitat i

¹⁵ Segons informa l'Asociación de la Prensa de Madrid (APM), a finals de 2015, 458 els mitjans actius creats per periodistes des del començament de la crisi a Espanya

Notícia extreta de la pàgina web de l'Asociación de la Prensa de Madrid <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-anual-de-la-profesion-periodistica-2015>. Última consulta, 13 de maig de 2016.

¹⁶ Notícia extreta de la pàgina web de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) <http://fape.es/informe-de-la-profesion-periodistica-2015-se-frena-la-destruccion-de-empleo-y-crece-la-facturacion-de-los-medios-y-la-inversion-publicitaria/>. Última consulta, 15 de maig de 2016.

¹⁷ L'informe sobre la professió que l'APM elabora cada any revela aquestes dades

Informe extret de la pàgina web de l'APM <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-anual-de-la-profesion-periodistica-2015>. Última consulta, 12 de maig de 2016.

unes relacions laborals inestables¹⁸, que, necessàriament, van en detriment de la qualitat de la tasca informativa. L'experiència de Carol Álvarez és especialment significativa, ja que viu dia a dia la irregularitat en què s'ha instal·lat el seu mitjà, *El Mundo*. Després de dos EROs i en camí del tercer¹⁹, la precarietat laboral marca el dia a dia de la seva redacció. “Ja no és periodisme, és tècnica i recursos”. Explica amb ràbia que hi ha moltes històries que no surten bé per factors externs, com la falta de personal o problemes tècnics i que, com a conseqüència de la mala situació laboral, els periodistes d'aquest mitjà estan integrats i “tots fan de tot”. Els periodistes de successos i de local es dediquen a donar suport en els temes de política de web perquè, així, almenys un redactor de política pugui descansar, estar al corrent dels temes més importants del dia i, després, exercir un periodisme “més reflexiu”.

“És com un cercle viciós, quan menys carrer fas, quan menys estàs treballant en un tema, menys gent et truca, menys temps tens per fer cafès [...] si no ens res a l'agenda, no et deixen estar pensant temes i no perquè els teus caps no ho vulguin sinó perquè realment has de continuar omplint una sèrie de serveis que queden buits. És un problema, quan comences a perdre gent, es perd qualitat”.

Un bon exemple del sentiment d'impotència de resultes de la precarització de la professió el tenim en les paraules d'Álvarez quan diu: “l'ofici s'ha convertit en un treball que crema. [...] Quan va arribar el primer ERO vam dir treballem molt, fem molts temes perquè vegin que som importants i que ens necessiten. Ens hi vam deixar la pell, però en van fer fora deu. Vam veure que l'esforç no havia servit de res però vam intentar demostrar que érem prou bons i que podíem mantenir la redacció i que amb aquella retallada ja fèiem. Llavors va arribar l'altre ERO i van fer fora a 6 persones més. Tens la sensació de 'perquè estic treballant'?”.

Tot i que amb una situació menys delicada a nivell laboral, tots els diaris convencionals han hagut d'ajustar costos i prescindir de personal. “A *La Vanguardia*, quan jo vaig començar hi havia unes 20 persones a política i a Madrid, 5 més. A hores d'ara, amb un món molt més complicat, som 15 entre Barcelona i Madrid. [...] malgrat que som els periodistes més ben pagats d'aquest país, això et dóna una idea que nosaltres estem fent moltes més coses ara que abans”. De la mateixa manera, a *El Periódico* “cada cop hi ha

¹⁸Informe extret de la pàgina web de l'APM <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-anual-de-la-profesion-periodistica-2015>. Última consulta, 12 de maig de 2016.

¹⁹ Notícia extreta del diari *El confidencial* http://www.elconfidencial.com/comunicacion/2016-04-04/los-diarios-de-unidad-editorial-haran-un-nuevo-ere-tras-900-despidos-en-ocho-anos_1178709/. Última consulta, 17 d'abril de 2016.

menys mans per a fer més feina”. Darrere la formació de l'*Ara* hi planava l'amenaça de la crisi econòmica i per això, explica Rusiñol, el diari va néixer “molt ajustat a les necessitats reals del moment” i amb una aposta decidida pel món digital.

La sacrificada experiència digital

Enmig d'una improvisació constant en les estratègies de màrqueting, les empreses periodístiques intenten obtenir el màxim de beneficis oferint dos productes, l'escrit i el digital. De tots els diaris que hem contactat, *La Vanguardia*, el diari més llegit a Catalunya, és l'únic que subcontracta una empresa del seu grup empresarial perquè s'encarregui de la seva versió digital. Els seus redactors de política es dediquen exclusivament al paper: no han de pensar enfocaments per al web, només hi envien notícies en brut que seran desenvolupades pels propis redactors del portal. La resta de mitjans -*El Periódico*, *El Mundo* i l'*Ara*- dediquen esforços tant a la pàgina web com al producte en paper: normalment, al matí pensen enfocaments per al web i a la tarda donen forma al diari de l'endemà.

Pels diaris que no han instaurat el *paywall* i ofereixen el seu contingut on-line de forma gratuïta o semi-gratuïta, -*La Vanguardia*, *El Periódico*, *El Mundo*- el diari físic encara té una importància preponderant, ja que, per ells, el lector que paga és el del paper.

El paper, doncs, segueix sent el producte més important, i no només perquè és el mitjà que els proporciona més ingressos sinó perquè exerceix influència sobre els sectors més poderosos de la societat. Tomàs apunta: la importància del paper encara va lligada a la seva “influència en determinats àmbits econòmics i empresarials”. Així, encara que hagin perdut l'hegemonia, els mitjans segueixen buscant influir en el públic elitista (Hallin& Mancini, 2008, p. 129) a qui, tradicionalment, van dirigits els diaris espanyols i, per això, els fan el joc polític, reproduint les disputes internes i les polèmiques que ells mateixos creen.

És interessant veure com Álvarez reflexiona que en la conjuntura actual del periodisme, un dels possibles problemes que ha d'afrontar la indústria és precisament que la tria d'aquest públic més influent, els allunya del lector del carrer: “Hem de pensar que tothom és susceptible d'anar a comprar el diari”, recorda. Els periodistes estan “molt polititzats” i no tenen temps per “parar” i “pensar” què vol trobar “la senyora que et ven el pa” a les seccions de política.

Apuntem que l'aposta de l'*Ara* de crear “una comunitat amb una visió del món compartida” pot ser una via que acosti al ciutadà la informació política. Alhora, és necessari explicar que les exigències productives que comporta el fet de treballar per a dos mitjans, com és el seu cas, provoca que els professionals es limitin a produir el mateix tipus d'informació que fan els altres diaris convencionals.

Així, el ritme del dia a dia xucla la capacitat creativa dels professionals, que no poden pensar en projectes a llarg termini perquè han d'ajustar les narratives als nous dispositius -ser ràpids, breus i concisos, perquè una persona pugui llegir aquella informació entre parada i parada de metro- i, alhora, pensar en el lector del paper o en el subscriptor de la web, que paguen, i que volen tenir les claus de què ha passat durant el dia.

El “doble xip” amb què ha de treballar el periodista exigeix una gran versatilitat: “El periodista ha de ser un expert, molt ràpid, un tot terreny, un Superman...”, diu amb ironia Rusiñol. A més, reconeix el cap de política de l'*Ara*, la implementació de dues rutines productives, dirigides a dues tipologies de lectors diferents, ha provocat un “esforç de reciclatge important”, és a dir, una pèrdua d'especialització i de professionals amb experiència, no acostumats a seguir aquestes rutines.

Aquesta realitat provoca que hi hagi redaccions on no hi ha veterans, i que els pocs que quedin estiguin esperant “como agua de mayo” una baixa incentivada, explica Carol Álvarez, que, amb només 46 anys, és “pràcticament” la més vella de la redacció. La cap de la secció de política d'*El Mundo Catalunya* marca a la perfecció la gravetat de les conseqüències d'aquesta situació per al conjunt de la professió i lògicament també per als propis lectors amb un senzill exemple: “en temes judicials grossos, potser triges vint anys a trobar resultats, si no tens ningú des de fa 20 anys, no pots valorar-ne la importància. Els joves no ho poden fer tot. Tu vols que un jove escrigui l'obituari del Pujol? És un ritme que ha de parar d'alguna manera, perquè no integra, no encaixa a gent amb molt patrimoni”.

Davant d'aquesta situació, tot i poder semblar una aparent contradicció, Tomàs defensa aquest “reciclatge periodístic de determinada gent que està acostumada a escriure amb certa calma” a la vegada que recorda que la feina de periodista polític requereix una “certa mili”. “Els partits passen però tu et quedes, algú que comença ara per molt bé que escrigui, si no té una agenda de telèfons...”, es lamenta la cap de política d'*El Periódico*.

Així, els diaris han d'afrontar el seu dia a dia, marcat per la immediatesa, amb menys personal i menys professionals amb experiència. El periodisme digital obliga els diaris a treballar, en paraules de Rusiñol, “com si fossin una agència de notícies”. Qualsevol informació nova s'ha de publicar a la web sigui l'hora que sigui. “L'agenda està en contínua evolució: el tema que al matí és interessant, a mitja tarda ja no existeix”. D'aquesta manera, Álvarez introdueix un altre dels factors clau que permeten entendre millor la situació actual del periodisme a casa nostra, explica que la rapidesa amb què es treballa obliga a apostar per històries i enfocaments molt ràpid.

“És arriscat, però és l'única manera de no embolicar-se i complicar-se”, es justifica Álvarez que, com Rusiñol, sap que quan juguen a ser els primers a treure una bona notícia “hi ha risc d'equivocar-se”. La tendència a precipitar-se no és competència exclusiva dels diaris sinó que, explica el cap de política de l'Ara, l'augment de la competència entre agències de notícies ha comportat que ni tan sols aquestes comprovin les seves informacions “del tot bé”.

Per tant, els diaris i, en concret, la secció de política -“la que pateix més la immediatesa en què s'ha instal·lat la professió”, diu Rusiñol- cada cop tenen menys temps per investigar o contrastar les informacions, i no poden madurar ni temes ni enfocaments tot el que caldria, cosa que facilita l'augment d'errors i el descens en la qualitat de la informació política que, en paraules d'Álvarez, “ha de servir per orientar la gent i per fer-la pensar”.

Si com a intermediaris, els periodistes no treballen prou la informació en brut, deixen de fer una part important de la seva feina -que Kovach i Rosenstiel (2003) definien com la capacitat de proporcionar la informació que els ciutadans necessiten per ser lliures i capaços de governar-se a si mateixos- i poden provocar que els seus lectors adoptin un estat d'opinió infundat.

No obstant això, ni Aroca, ni Tomàs, ni Álvarez ni Rusiñol no es qüestionen canviar les regles del joc: “El problema és que les persones interessades en política ho volen saber al moment i jo vull que tu ho tinguis primer per *El Periódico* que per *La Vanguardia*”, es justifica Neus Tomàs. “Hem d'aprendre a viure amb la immediatesa perquè estem en un món competitiu i has de ser el primer”, diu, en la mateixa línia, Rusiñol. “El lector no té la culpa de la falta de recursos”, apunta Álvarez. Així doncs, els diaris viuen amb una pressió constant per ser els primers en explicar-ho tot.

Però, què provoca aquesta lògica? El cap de secció de l'*Ara* ho té clar: “L'urgent acaba prenent el lloc al necessari. Això ens passa molt als diaris. Hi ha temes que no estan tan lligats al dia a dia i van saltant d'una setmana a una altra perquè ningú té temps de fer-los”.

Què passa quan l'urgent és en realitat una informació completament trivial? L'alta competitivitat entre mitjans convencionals i mitjans digitals pot provocar la percepció que tots els temes, per banals que siguin, són susceptibles de ser notícia. El cap de secció de política de *La Vanguardia* proporciona un exemple que il·lustra aquest raonament: “un cafè al bar del Parlament entre dos representants polítics de grups diferents s'ha arribat a convertir en una cimera, és ridícul. És impossible fer política amb aquesta voracitat... Aquesta realitat, accelerada exponencialment per Internet, ens complica molt les coses”.

Probablement, i de manera previsible, Aroca és l'entrevistat que es mostra menys convençut pel que fa a la viabilitat de la premsa digital; Rusiñol, en canvi, es mostra ferm en la convicció que els nous formats donen moltes oportunitats: “Podríem jugar amb les noves tecnologies i amb tot el que ajudi a enriquir el text”.

Aroca defensa la seva posició argumentant que l'experiència digital és “sacrificada” i quan és gratuïta, de baixa qualitat, ja que les fonts d'informació pròpia -trucades des de la redacció, trobades amb fonts dels partits polítics, filtracions- es redueixen molt al web, que s'omple de teletips d'agència lleugerament retocats, perquè els diaris digitals no compten amb els mateixos filtres que el producte en paper. “Jo amb l'ordinador puc fer un diari, i puc penjar una notícia a la web sense que ningú se la miri. Jo podria fer un diari sencer però abans que jo l'acabés de fer, se l'hauria mirat 4 persones més”, diu Aroca.

D'altra banda, el redactor en cap de l'*Ara* introdueix conseqüències positives de l'aparició dels nous formats digitals. Aquests ofereixen “una oportunitat per experimentar amb noves narratives i noves formes” però remarca que això es podrà fer “quan tinguem gent i una professió ben pagada, que és el contrari del que tenim ara”.

La cap de política d'*El Periódico* acosta posicions amb Aroca i també expressa la seva preocupació per la manca de monetització de la premsa digital i la davallada de lectors

de la premsa en paper, tot i que, alhora, recorda que encara venen diaris cada dia, quan “fa cinc anys hi havia gent que deia que el paper estava completament mort”.

En aquesta línia, Álvarez augura que la situació actual “acabarà petant”. Davant la problemàtica que implica intentar monetitzar completament la feina periodística -una professió de la que diu “hi ha un intangible, una part social” que no es pot comptabilitzar- la cap de política d'El Mundo Catalunya reflexiona: “Estem intentant fer una llet semidesnatada però com ens passem sortirà aigua. Perquè no s'està fent bé l'emulsió”.

La crisi estructural que està assolant les empreses periodístiques ha agreujat la precarietat laboral i ha provocat un flux de notícies constant que exigeix al redactor una rapidesa mai vista, sobretot en el periodisme digital. Això limita molt la disponibilitat de temps que pot dedicar a la investigació i destrueix la seva capacitat creativa. Si comparem aquestes premisses amb el que hem dit al capítol 2 sobre periodisme literari, ens fem una idea de la dificultat que comporta la implementació de la metodologia del periodisme literari a les seccions de política dels diaris convencionals, i que l'existència de la crisi més que oferir una oportunitat, limita encara més aquesta possibilitat.

Adaptació a la crisi: rutines i fusió de gèneres

Tot i l'evident afectació a la qualitat del producte final que ha provocat la crisi estructural i econòmica que pateixen els diaris, no s'ha produït un canvi en l'essència de les rutines bàsiques productives, és a dir, en la planificació, la selecció i la jerarquització de la informació, per pal·liar aquesta situació

Després de conversar amb Aroca, Rusiñol, Tomàs i Álvarez constatem que, per cobrir les tasques que realitzen els governs i les accions dels grups opositors, els diaris segueixen planificant la seva jornada de feina d'un dia per l'altre, a partir de les agendes que proporcionen les agències de notícies i les notes de premsa que envien els mateixos partits polítics o associacions de caire polític que recullen les seves aparicions públiques. En la mesura del possible, aquestes previsions es complementen amb informació pròpia, que s'extreu d'entrevistes programades, de trobades informals o de trucades des de la redacció. Així, les vies d'entrada de la informació a les redaccions

segueixen sent les aparicions públiques dels representants polítics i les converses privades que hi mantenen.

No obstant això, el context l'actual -marcat per la precarietat laboral- ha portat la professió a una demanda de rapidesa mai vista. Aquest fet ha comportant una rendibilització d'esforços important que s'ha dut a terme en major o menor mesura, depenent del grau de precarització de cada mitjà i que ha afectat la planificació diària de la feina. “La gran prioritat del periodisme de pocs recursos com el nostre és la prioritització i la rendibilització d'esforços”, explica Álvarez.

La interacció entre partits es tradueix en un conjunt de declaracions i contradecaracions constants, que els mitjans com *El Mundo* o *l'Ara* no tenen temps per cobrir. En aquest sentit, cal destacar la pèrdua d'importància del seguiment de rodes de premsa que ofereixen diàriament els diferents partits amb representació parlamentària com a via d'informació. Tenint en compte això, i que les rodes de premsa i comissions del Parlament es poden seguir per *streaming*, els redactors en cap trien molt bé a quines rodes de premsa s'ha d'anar i a quines no.

“Potser al diari li surt més a compte no anar-hi i a la tarda fer trucades a dirigents dels partits i intentar treure un títol propi i no oferir el missatge que vol donar el partit”, diu Rusiñol. Així, a partir de trucades des de la redacció a dirigents o contactes dins dels partits, els diaris intenten publicar una informació diferent de la competència. “Intentem treballar amb fonts pròpies”, que els periodistes cultiven al llarg de la seva trajectòria professional, insisteix el cap de política de *l'Ara*. “La bona informació no s'aconsegueix sense fer trucades o veure gent”, coincideix Tomàs.

Aquestes fonts pròpies es poden limitar a contactes amb l'encarregat de premsa dels partits, obligat a atendre als mitjans, o a dirigents o càrrecs importants dins l'organització. En aquest cas, l'intercanvi d'informació es produiria fora de la redacció, en trobades que, segons ha comentat el cap de política de *La Vanguardia*, normalment es transformen en àpats costejats pel mitjà. Aquesta manera d'aconseguir informació, doncs, es reserva als mitjans que tenen personal i recursos suficients: “Tenir diners és molt important”. Aroca diu amb orgull que la capacitat de difusió de *La Vanguardia* encara els permet, a hores d'ara, fer una feina diferent a la dels mitjans digitals: “Encara tenim recursos per poder buscar col·laboradors, bones informacions[...]. La meva gent

viatja bastant encara, és a dir, van als llocs i parlen amb gent real, estan al món no virtual, vaja”.

Després de parlar amb els redactors en cap, concloem que, com més precaritzat i més pocs recursos té el diari, més sedentaris són els seus redactors i que el món virtual ha accentuat el sedenterisme a les redaccions: una mostra d'això és la transformació en notícia de les activitats dels polítics a les xarxes socials i les declaracions que ofereixen a altres mitjans a llarg del dia, amb especial incidència en les entrevistes que ofereixen a les ràdios als matins. Aquestes vies d'entrada d'informació tenen una importància creixent en els mitjans que no poden produir un contingut propi contínuament.

A més de la planificació de tasques, la crisi ha afectat la feina dels periodistes que cada cop tenen menys temps per investigar o contrastar les informacions. I, si a la inestabilitat provocada per les retallades de recursos, li sumem la davallada de lectors, el panorama resultant és que els caps de secció han hagut de adaptar-se i pensar noves maneres per atraure el públic.

La producció constant d'informació ha afectat la notícia estricta de tal manera que el seu èxit, avui dia, està molt condicionat al fet que s'ofereixi en exclusiva: “si no ets el primer a donar-la ni l'expliques molt bé, perd sentit, perquè ja l'ha donat tothom; però, tot i que és el que funciona pitjor, no en pots prescindir”, es lamenta Rusiñol.

Amb aquesta afirmació, el cap de política de l'*Ara* reconeix que la tasca que tradicionalment havien fet els diaris consistent a “explicar què va passar ahir”, perd sentit en el món d'immediatesa en què vivim, perquè l'ahir ja és conegut per tothom. És “l'ara mateix” el que importa.

Aroca apunta que les causes d'aquest canvi respecte a la notícia estricta no es deuen a la competència d'Internet i sinó als canvis socials que ha experimentat la societat, que ja ha defensat anteriorment. El cap de política de *La Vanguardia* defensa que la seva secció ha “de fer informació que ha de contenir els elements d'avaluació i el control de danys de les informacions que van passar ahir”, tot i que no tingui una bona resposta per part del públic:

“ I funciona? Doncs, no. I no funciona perquè tinguem la competència d'Internet, sinó perquè hem perdut l'hegemonia, perquè hi ha hagut canvis socials que han portat a que Internet sigui el que és”.

Davant d'aquesta situació i tot que la notícia estricta segueix sent essencial per a formar un diari, els diaris matisen com han d'explicar el que va passar ahir per atraure el públic. Per intentar arribar a més lectors, els diaris aposten per “anar més enllà de la declaració”, diu Álvarez, i per “diferenciar-se del teletip d'agència”, remarca Tomàs; cosa que ha resultat en la fusió de gèneres -la notícia pura es confon amb la crònica i l'anàlisi, i les entrevistes amb els perfils- i en una creixent espectacularització de la informació política.

Mentre que a *La Vanguardia* aposten per “tridimensionalizar la informació”, és a dir, explicar el que va passar ahir i perquè va passar amb “les millors fonts per explicar el succés”; Rusiñol aposta per “donar les idees claus del que va passar” donant especial importància a la interpretació; Álvarez busca que les notícies tinguin “ganxo” inspirant-se amb el periodisme de successos; i Tomàs creu que s'han de “contextualitzar” i complementar amb altres peces innovadores, que han tingut èxit en altres tipus de periodisme, com l'esportiu.

Veiem doncs, una doble tendència a oferir peces més analítiques i interpretatives, i més espectacularitzades, cosa que contrasta amb el que tradicionalment havia fet la secció política dels mitjans, segons explica Álvarez. “A la secció de política, veníem d'una època en què les declaracions eren titulars. Quan jo vaig arribar a *El Mundo*, cada partit tenia un redactor i cada redactor escrivia una plana. Cada dia els partits no donen un titular però sí que fan unes declaracions, per això hi havia molt Fulanito '*dice*', '*señala*', '*anuncia*'”, explica qui avui dirigeix la secció de política d'aquest diari amb la intenció de “fer la política menys avorrida”.

“A mesura que ens anaven reduint personal, vam decidir que havíem d'aportar alguna cosa més que el teletip i hem aconseguit un nou periodisme que connecta més amb la gent basant-nos en l'estil del periodisme de successos”, un abordatge de la política per accedir al lector de manera “més fresca, amb més ganxo i que agafi més ventall de gent, des dels més joves fins als més grans”. A *El Mundo*, diu, no comencen una peça de política amb “El presidente dijo” a no ser que sigui imprescindible fer-ho així, sinó que

opten per “buscar alguna cosa que enganxi” el lector com “metàfores”, “síntesis” o “frases” com “Donde dije digo, digo Diego”. En ser una capçalera regional, el diari es veu obligat a “posar misteri” als temes que tria per “vendre'ls” a Madrid. Per això el dia que Francesc Homs anava a declarar al Tribunal Superior de Justícia de Catalunya pel cas del 9-N, d’una declaració que era pur tràmit perquè després havia d'anar al Tribunal Suprem, *El Mundo Catalunya* va fer una anàlisi titulada “La declaració d'Homs posarà a prova el procés” basant-se en uns quants *tweets* de representants de l'Assemblea Nacional Catalana (ANC) i del seu partit, Convergència Democràtica de Catalunya, que demanaven la mobilització ciutadana per donar suport al diputat.

Aquestes fórmules s'han portat a terme perquè els caps de secció tenen en ment que les campanyes, les eleccions, els debats, les accions dels governs, l'activitat parlamentària, la interacció dels partits entre si i amb grups o moviments socials, són una informació “feixuga” i “difícil de cronicar”, en paraules de Tomàs.

És per això que *El Periódico* va apostar per copiar el format d'1x1 del periodisme esportiu i analitzar d'aquesta manera les intervencions dels representats polítics a l'últim debat d'investidura al Congrés dels Diputats. Així doncs, en aquest moment d'immediateza extrema, els diaris s'inspiren en altres formats per intentar atraure als lectors i, en paraules de Tomàs, “renovar i agilitzar la informació”.

Els caps de secció són conscients que “el que funciona i atrau més clics és la loteria i les notícies relacionades amb famosos o amb sexe”, explica Aroca. Així, les notícies més vistes reflecteixen els interessos d'una societat infantilitzada que Alain Finkielkraut ja va percebre a finals del segle passat a *La derrota del pensamiento*. L'espectacularització de la informació és, doncs, un element més que s'afegeix a la “cura de desintelectualización” (Finkielkraut, 1987, p. 136), que progressivament ha afectat cada cop més àmbits de la vida social -a més del periodisme, afecta a la política, a l'educació, a l'art i a la literatura-.

Recapitulant, pel que fa a les rutines productives, la principal diferència respecte a la forma de treballar dels mitjans anterior a la crisi i la forma de treballar actual rau en què, avui dia, el volum de feina ha crescut i les plantilles han disminuït, resultant en un descens de qualitat del producte però no en un replantejament de la competitivitat marcada per la lògica econòmica, agreujada amb l'entrada del sector financer als

consells d'administració dels mitjans, que com hem dit abans, encara ha incrementat més la idea de benefici a curt termini (Gayà, 2015). El que sí que s'han preguntat de totes les formes possible és com atraure més el lector, cosa que ha comportat, d'una banda, una fusió entre la notícia i l'anàlisi, i una presència accentuada de la interpretació a les notícies d'informació estricta i, d'altra banda, una espectacularització creixent que busca agilitzar la informació en les seccions de política dels diaris.

Informació primer, literatura després?

En el context d'immediatesa i precarietat en què vivim, ja tractat anteriorment, la preocupació per “escriure bé” és compartida per tots els caps de secció. Aroca considera el periodisme com “una feina artesanal i col·lectiva” i s'atreveix a dir que el seu diari, *La Vanguardia*, “busca la perfecció informativa”, entenent com un element bàsic per aconseguir aquesta perfecció, una bona escriptura: “Per a nosaltres, escriure bé és bàsic. És un dels nostres elements distintius”.

Neus Tomàs opina que un bon periodista polític ha de tenir “unes certes qualitats a l'hora d'escriure i transmetre les informacions al lector de forma atractiva”; Joan Rusiñol defineix un tema “bo” si té “bones fonts” i “està ben escrit”; i Carol Álvarez lamenta que no tots els redactors “tenen la mateixa ploma a l'hora d'escriure” i que, com a cap de secció, i persona que adjudica els temes, intenta que els redactors amb “un estil molt pla”, no facin “temes de color”.

Així, i de la mateixa manera que la notícia estricta és, per ells, un element imprescindible per a un diari, també ho són, els dos gèneres que els caps de política associaven a una escriptura atractiva i “literària”: la crònica i la contracrònica. “La immediatesa en què viu la professió no ha d'impedir que es facin bones cròniques”, admet Tomàs. “El que no li pots fer al lector que paga -que de moment és el del paper- és una crònica de 'dijo', 'apuntó' i 'señaló’”. Tomàs assenyala un fet clau i és que, enmig d'un món amb una informació molt abundant, en què els ciutadans estan bombardejats d'informació, els diaris han d'oferir quelcom de diferenciador als lectors, i que ho volen aconseguir a través d'una escriptura atractiva i d'informació novedosa.

D'altra banda, la contracrònica, un gènere molt personal que, segons Tomàs, “enriqueix el diari i dona una visió més literària de la política”, està guanyant lloc als diaris.

Aquestes contracròniques es reserven a periodistes “amb firma” com Carlos Cué, Manuel Jabois o Enric Juliana -alguns dels noms que han sortit a les converses- o fins i tot, a persones amb talent literari que no formen part de la redacció: “Quan envies algú a fer una crònica, l’envies perquè saps que tindrà una mirada diferent. La crònica ha de tenir la interpretació, hem de poder comptar amb gent que sàpiga de què parla, però no perquè s’ho mira d’una altra manera sinó perquè en sap més que tu”, es justificava Rusiñol.

Podem veure, doncs, que si els periodistes no poden assumir el volum de feina afegit que comporten les cròniques, el diari no hi renuncia: contracta a altres que ho puguin fer. I per què? Perquè tenen una bona resposta per part dels lectors: “Com que ja tenim molta informació, s’agraeixen molt les peces explicatives o les peces històriques, quan surts una mica del focus i a partir del passat ajudes a explicar què passa avui. Quan fem coses arriscades i sortim del guió, sempre des de la qualitat i la rigorositat, quan sortim del carril, la gent ho agraeix, és més una qüestió d’autocensura nostra, d’una certa mandra, de cansament. El nostre lector [el de l’*Ara*] et dóna moltes pistes i quan fas un tema ben fet t’ho agraeix, perquè el lector és molt exigent i sap molt més el que busca. A la gent que paga li has d’oferir productes propis i de qualitat”, conclou Rusiñol.

Així doncs, comprovem que ser capaç d’escriure de forma atractiva és essencial per a la feina del periodista, que per a ells és important la qualitat del producte i del valor del treball periodístic, i que reconeixen el poder del llenguatge, ja que utilitzen jocs per a “vendre” millor les seves peces.

Els caps de política, doncs, en certa manera, reconeixen en el poder del llenguatge, com hem explicat al capítol 2 en paraules de Chillón, el mode essencial d’experimentar la realitat i de construir els fets que la integren, tot i que ho facin sense una premeditació prèvia.

Un cop arribats aquí, ens preguntem, té lloc el periodisme literari a les seccions de política dels diaris convencionals? Com ho veuen els caps de política? En el transcurs de les nostres converses, els redactors en cap tenien dificultat per tenir una definició clara i compartida del terme “periodisme literari”, que, en general, associaven a una escriptura atractiva.

A la pregunta “Es pot inserir la metodologia del periodisme literari a les seccions de política dels diaris?”, el redactor en cap de l’*Ara* ens va contestar:

“Sí. És possible i hauria de ser possible, i tenim una assignatura pendent els periodistes polítics amb això. No ens hem cregut gaire que hi havia possibilitat de buscar altres narratives i aproximacions. Potser no ens ho hem cregut prou o no hem tingut l’oportunitat de fer-ho. Perquè amb la immediatesa, els que més ho hem notat som els periodistes polítics, perquè ser el primer o ser el segon, canvia molt. Segurament, en el periodisme cultural no hi ha tant de marge per a fer exclusives i et pots centrar més amb el com. Nosaltres hem d’estar més pendents del què i del quan. Però crec que és una assignatura pendent i que hi ha marge, per exemple, amb el tema dels perfils. Un mitjà com *El Español*, feia alguns perfils molt treballats, una peça no lligada a la immediatesa que un dia t’explica qui és aquella persona i això et permet fer exercicis de periodisme literari molt interessants. O reportatges. Hem de tenir marge i experimentar amb nous formats.”

La concepció de periodisme literari com a sinònim de periodisme ben escrit, com assenyala Rusiñol en referir-se a que no s’han pogut preocupar pel “com”, és una idea compartida per tots. És especialment remarcable que en preguntar-li el mateix a Neus Tomàs, no es refereixi al lloc o no que pugui tenir la metodologia del periodisme literari en el si de les seccions de política, sinó que, directament, es refereixi a la “literatura”:

“Tu has de contextualitzar les cròniques, això no hi ha cap diari que no ho faci. Té lloc la literatura? Hi ha lloc per un periodisme més narratiu i més interpretatiu. Però jo crec que ja s’està fent, amb més o menys encert o més o menys intensitat. Tots els diaris ho estem fent. Ara, si tu em dius una crònica que sigui només literatura, no. Per tenir elements narratius hi ha d’haver una base darrere i la bona informació s’aconsegueix via trucades, etc. [...] Com és el periodista ideal en informació política? Algú que té bones fonts i que després sap escriure-ho bé. Literatura? No sé si és literatura o no, però que sap explicar-ho bé i de manera atractiva al lector. A vegades en les cròniques s’abusa de les cites, no cal que surti el *Gatopardo* cada setmana: per dir que 'nada ha cambiado' no cal fer referència al *gatopardisme*”.

La part final de la seva resposta sembla identificar, en certa manera, el periodisme literari amb l'ús inadequat de cultismes i una escriptura barroca i pedant; una associació de significats que, en general, comparteixen la resta de caps i que els allunya de la concepció defensada per Chillón (2014) o Vidal (2001) que hem explicat al capítol 2.

“Nosaltres no ens quedem amb la declaració. Busquem que els temes tinguin ganxo”, contesta Álvarez, en ser preguntada sobre si podrien adoptar la metodologia del periodisme literari. I, afegeix la idea que, per ella, el que és important “més que l'estil de la lletra” és oferir “un abordatge nou de la política”.

Pel que fa a l'acceptació entre els lectors de les peces periodístiques elaborades amb la metodologia del periodisme literari, colpeix la resposta d'Aroca que es limita a dir “No. Jo sóc escèptic”. I ho argumenta de la següent manera: quan ell llegeix articles al telèfon, com ho fa la majoria dels lectors avui dia, no ho fa “perquè estiguin ben escrits”, sinó “perquè la informació és interessant”, “està ben feta”, “ben elaborada” i “la font és solvent”. Tornem a la concepció, doncs, de “ben escrit” com a definició de periodisme literari.

Aroca apunta que el canvi en les formes d'informar que ha promogut la “societat nova, desagregada, que no necessita llegir els grans referents del periodisme per pensar que està informada”, impliquen que aquesta societat “no desitja una informació molt elaborada”, cosa que jugaria en contra del periodisme literari tal com el concep.

Així, darrere les opinions dels entrevistats traspuava la següent idea: “informació primer, literatura després”, com si no concebessin un text en què literatura i informació anessin de la mà. “No només de cròniques, ha de viure un diari” i “Necessites que la informació quedi clara i no fer cròniques de tocar el violí”, etziba Tomàs, quan li preguntem què opina del periodisme literari. I es justifica: “De per si, la informació política és difícil de cronocar”. D'aquesta opinió se'n dedueix que si quelcom és difícil per la complexitat de la temàtica a explicar (contingut), no ho empitjorem més afegint-li un llenguatge literari vist com a barroc, que seria sumar complexitat damunt de complexitat.

La no aposta, doncs, pel periodisme literari va condicionada per la concepció que en tenen els caps de política. En no haver assimilat una definició més rica i complexa de la metodologia, que igualen a utilitzar un llenguatge més culte, veiem que comparteixen

una visió influïda pel paradigma hegemònic a la professió que encara defensa que han d'informar amb objectivitat i separa interpretació, opinió i informació, una dicotomia que, tal com hem recollit en el nostre marc teòric, Burguet demostra que és falsa.

Així, és interessant traslladar que, tot i que de forma espontània, els caps de secció s'han referit a aquesta dicotomia que segueix defensant que hi ha d'haver textos periodístics sense intencionalitat, i que és imprescindible de superar si es vol adoptar la metodologia del periodisme literari. I, a més, ho han fet de forma contradictòria: Rusiñol explica que els cronistes han d'aportar una altra aproximació als fets i una mirada diferent per donar un “plus” més a la crònica just abans d'assegurar: “Una de les coses que crec que funciona molt bé i que a mi m'agrada promocionar és la interpretació. Separar la barrera entre opinió —que ha de tenir poc espai a la secció— i interpretació i anàlisi”.

Encara més flagrant és el cas d'Álvarez que explica sense embuts com “ven” un tema a la seu central de Madrid a base de “posar misteri” i “donar la volta” a les històries i, després, assegura que aquella peça és “una peça informativa”, lliure d'opinió.

Recapitulant, alguns aspectes com el reconeixement del poder del llenguatge i la creença que el diari en paper s'ha de diferenciar de la resta de productes informatius oferint un “plus” més de qualitat, ja que els ciutadans poden accedir a la informació més bàsica de forma gratuïta i ràpida a través dels mitjans electrònics i digitals, podria deixar la porta oberta a la implementació de la metodologia del periodisme literari. Alhora, la manca d'assimilació del concepte i la negació a acceptar que darrere tot relat hi ha una intencionalitat és un pas essencial per poder exercir periodisme literari.

Capítol 4: A mode de conclusió

En aquest treball, ens hem endinsat en les seccions de política dels diaris per descobrir si és possible aplicar la metodologia del periodisme literari als temes típics de la política en el si dels mitjans convencionals.

Un cop analitzades les entrevistes als caps de política i al professor Albert Chillón i realitzat un buidatge de la bibliografia, constatem que la implementació de la metodologia del periodisme literari i tot el que implica en termes de mirada i narrativa, avui dia, no és una opció considerada entre els caps de política.

La posició dels redactors en cap respecte a la utilització d'aquesta metodologia en el si de les seves seccions no consisteix en una negativa absoluta, sinó que, més aviat, mostra una manca d'interès i un cert grau de desconeixement del concepte en sí, que associen a una escriptura atractiva, culta i més aviat barroquitzant, obviant el rerefons crític i d'investigació que aquesta comporta.

Tot i que d'entrada, el fet que s'accepti t que el diari en paper s'ha de diferenciar de la resta de productes informatius oferint un plus de qualitat podria deixar una porta oberta a una primera aproximació a la metodologia del periodisme literari; la negació a acceptar que darrere de tot relat hi ha una intencionalitat, és un escull que les seccions de política haurien de superar prèviament per a poder-la assumir.

Cal remarcar que darrere de la manca d'assimilació del concepte, s'hi amaga la poca intenció d'aplicar-lo, i la creença que l'escriptura formulària pròpia del periodisme convencional és la manera adequada d'explicar la realitat. D'aquesta manera, s'evita donar importància a una metodologia que comporta la possibilitat d'exercir un periodisme més crític a partir d'una feina no rutinitzada, i amb unes formes que permetin la plasmació d'una concepció complexa de la realitat.

Com s'ha vist al capítol 2, aquesta capacitat de captar i de plasmar la complexitat de la realitat només és possible a partir del reconeixement de la pròpia subjectivitat i de l'empoderament del periodista, la tasca del qual esdevé la pròpia d'un autor intel·lectual i humanista. Aquestes dues condicions no es donen en les seccions de política que, segueixen defensant una informació objectiva i que viuen en un context d'immediatesa que destrueix la seva capacitat creativa.

A l'hora de parlar dels problemes de la seva feina, els caps de política es refereixen a uns temes i no a uns altres, cosa que ens sembla significativa, ja que ens permet veure quines són les seves preocupacions principals, que, sens dubte, són els problemes derivats de la crisi i la digitalització de continguts.

Els caps, doncs, expliquen àmpliament com s'han adaptat a la precària situació, enfront la que, les direccions han decidit apostar per oferir dos productes alhora, efectuant així, un reciclatge de veterans, en un context d'immediatesa extrema, que subjuga als periodistes que viuen esclaus del dia a dia, perjudicant la qualitat de producte final, tan escrit com digital.

Així és d'especial transcendència remarcar que dues tendències guanyen pes en les seccions de política per fer front a la doble crisi que pateixen els mitjans: la fusió entre notícia estricta i anàlisi, que ha resultat en un auge de la interpretació a *La Vanguardia* i a *l'Ara*; i la mescla d'informació i entreteniment (*infotainment*), amb la inclusió de formats típics d'altres periodismes com el “ganxo” propi del periodisme de successos a *El Mundo* o el tradicional 1x1 del periodisme esportiu a *El Periódico*.

D'aquesta manera els redactors en cap busquen arribar a un públic que ha canviat la manera com consumeix informació, enmig de canvis socioculturals accentuats per la incorporació a les nostres vides de les noves tecnologies, que han fomentat una la lectura ràpida i distreta que conspira en contra del tipus de lectura que demana el periodisme literari i la literatura en general.

La pèrdua de capacitat reflexiva i de concentració de les noves generacions de lectors ha coincidit en el temps amb l'arribada de la crisi econòmica, que ha provocat un descens de la qualitat de la informació, com ja hem explicat. La davallada d'ingressos ha comportat la reducció del temps que els diaris dediquen a l'edició i a la correcció de textos, una decisió que ha comportat que proliferin errors de tot tipus a les seves pàgines.

Aquests dos fenòmens sumats es potencien l'un a l'altre i dificulten les possibilitats que el periodisme literari trobi el seu espai en el si del periodisme convencional. En aquestes circumstàncies, els caps de secció veuen molt difícil retenir lectors amb una metodologia que consideren barroca i costosa; ja que implicaria disposar de periodistes

amb experiència, a qui, a més a més, s'hauria de concedir més temps per elaborar les notícies.

Així, concluïm que aquesta no sembla una opció possible en un context de crisi econòmica com l'actual en què s'ha accentuat la falta de temps crònica, inherent a la feina. La immediatesa i la competitivitat s'han instal·lat a la rutina dels redactors. Els treballadors, amb menys sou i menys companys entre qui repartir la feina, s'han vist obligats a fer dos productes alhora, l'escrit i el digital, mentre constaten la devaluació constant de la seva feina, tant per part dels seus directius com per parts dels lectors; ja que els primers han decidit retallar en continguts i els segons han optat per accedir a la informació de forma gratuïta.

Els principals dificultats amb què es troben els periodistes polítics per seguir la metodologia de periodisme literari no només són causades per la crisi econòmica o pels canvis socioculturals que està vivint la societat, sinó que s'han manifestat al llarg de tota la història de periodisme. No obstant això, cal remarcar que la crisi ha actuat com un amplificador d'aquests problemes i, alhora, com un escut darrere el qual s'amaguen els professionals i que els proporciona l'excusa perfecte per no reflexionar entorn a allò que implica fer periodisme literari, que, per ells, és sinònim de més despeses.

Malgrat que continuem defensant, que és possible exercir un periodisme polític seguint la metodologia del periodisme literari, de la mateixa manera que qualsevol altre tipus de periodisme ja sigui de societat o esportiu; reconeixem la gran dificultat de portar-ho a terme en el si dels mitjans convencionals.

Això no serà possible sense que la professió afronti un canvi total de les formes de treballar que els caps de política no estan disposats a dur a terme perquè dubten que tinguin una resposta significativa del públic; i que els propis redactors no podran assumir fins que no s'empoderin i assumeixin el seu paper d'autor amb capacitat per decidir com tractar els temes dels quals parlen, inspirant-se en l'afany de denúncia social que van exercir els *muckrakers* i en la innovació creativa dels *new journalists*.

Per sortir de la crisi estructural de la premsa escrita, els diaris convencionals han apostat per estudiar noves narratives que s'acosten a la espectacularització de la informació, a la recerca d'exclusives, i a l'auge de la interpretació. Davant d'aquesta decisió, ens sembla interessant acabar aquest treball amb la reflexió de Juan Antonio Giner, periodista,

cofundador i president d'una de les empreses de consultoria periodística més prestigioses del món, *Innovation Media Consulting*: “Tots els problemes del periodisme es resolen fent més i més bon periodisme”²⁰.

Abans d'acabar, fem un apunt sobre l'aprenentatge personal i sobre el procés d'elaboració personal. Val a dir, que sóc conscient que a nivell metodològic hi ha aspectes clarament millorables que se m'han palesos en adonar-me que si avui comencés el treball de zero, el plantejaria de manera molt diferent, especialment pel que fa a l'elaboració de preguntes més vinculades al marc teòric que he realitzat. He de reconèixer, doncs, que, un cop acabat el treball, tinc un domini superior de la temàtica que ara em permetria dissenyar de manera més adequada les entrevistes.

Aquest treball ha significat aquest treball, que ha permès una indagació en un camp d'una riquesa conceptual que desconeixia. L'oportunitat de poder parlar de l'estat actual i del futur de la professió amb persones que tenen un càrrec alt en les empreses periodístiques i de plantejar-los si estaven oberts o no a una metodologia com el periodisme literari ha sigut un repte que he entomat amb entusiasme. Gràcies al treball, m'he configurat un mapa mental de causes i conseqüències de com hem arribat a aquesta crisi estructural i sistèmica molt més ric que el que tenia abans de començar. Alhora, m'ha servit conèixer en més profunditat en què consisteix realment exercir periodisme literari, i canviar algunes idees preconcebudes que havia adquirit durant la meva formació acadèmica. També vull remarcar que la indagació en el periodisme literari a nivell acadèmic ha contrastat amb la meva pràctica professional, ja que durant aquest any he treballat com a becària en una agència de notícies, on he hagut d'adoptar una pràctica professional molt encotillada. Aquest fet ha provocat en mi una inquietud important, que m'ha fet plantejar-me el meu futur com a professional, ja que se m'ha obert una concepció del que és o hauria de ser periodisme que, espero, tindrà una influència en el meu futur com a periodista.

La realització d'aquest treball en la part final de la meva formació inicial com a periodista, ha provocat en mi les ganes de seguir aprenent sobre la que, espero, sigui la meva futura professió.

²⁰http://www.ara.cat/societat/JUAN-ANTONIOGINER-Tots-problemes-periodisme_0_913108798.html

Bibliografia

Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. Nova York: Hyperion.

Bassets, L. (2013). *El último que apague la luz*. Madrid: Taurus.

Bilbeny, N. (2012). *Ética del periodismo. La defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa*. Barcelona: Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona.

Borges, R. F. (2 / febrero / 1998). *La objetividad periodística, un mito persistente*. Consultat el 10 / maig / 2016, a Revista Latina de Comunicación Social: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/>

Burget, F. (9 / Setembre / 2014). Los géneros periodísticos y la patraña de la objetividad. *Trampress* .

Burguet, F. (2004). *Les trampes dels periodistes*. Barcelona: Edicions 62.

Chillón, A. (2014). *La palabra facticia. Literatura, periodismo y comunicación*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Chomsky, N., & Herman, E. S. (2000). *Los guardianes de la libertad*. Crítica: Barcelona.

Finkelkraut, A. (1987). *La derrota del pensamiento*. Barcelona: Anagrama.

Gabilondo, I. (2011). *El fin de una época. Sobre el oficio de contar las cosas*. Barcelona: Bril y Barral.

García Márquez, G. (20 / octubre / 1996). *El mejor oficio del mundo*. Recollit de El País: http://elpais.com/diario/1996/10/20/sociedad/845762406_850215.html

Gayà, C. (2015). *El Periodismo de Interacción Social, una propuesta de dinamización del campo periodístico. La aplicación en el caso de las tripulaciones abandonadas*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura. Barcelona Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura. Barcelona.

Giró, X. (2010). Discursos y grietas: La lógica de los actores, los límites de los medios y las metas periodísticas. A I. Camacho, *La especialización en Periodismo. Formarse para informar* (p. 75-95). Sevilla / Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Guerriero, L. (2010). *Qué es y qué no es el periodismo narrativo: más allá del adjetivo perfecto*. Consultat el 25 / març / 2016, a <http://www.periodismocultural.es/2010/conferenciantes/leila-guerriero/>

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hallin, D. C., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.

Herrscher, R. (2012). *Periodismo narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura*. Barcelona: Publicacions i edicions de la Universitat de Barcelona.

Hersey, J. (2015). *Hiroshima*. Barcelona: Penguin Random House.

Ibarra, P., & Idoyaga, P. (1998). *Radionalidad democrática, transmisión ideológica y medios de comunicación*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Izquierdo, O. (Novembre / 2012). *Revista del Col·legi oficial de doctors i llicenciats en filosofia i lletres i en ciències de Catalunya*. Consultat el 10 / maig / 2015, a <http://www.cdl.cat/aprenentatge-realitats-i-virtualitats-limpacte-de-les-tecnologies-digitalis-en-la-vida-quotidiana>

Kapuscinski, R. (2003). *Los cinco sentidos del periodista*. Fondo de Cultura Económica: Ciudad de México.

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ediciones El País.

Madrid, A. d. (16 / desembre / 2015). *Informe de la Profesión Periodística 2015*. Consultat el 5 / maig / 2016, a <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/informe-anual-de-la-profesion-periodistica-2015>

Putnam, R. D. (2002). *Solo en la bolera: colapso y resurgimiento de la comunidad norteamericana*. (J. L. Aristu, Trad.) Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Restrepo, J. (2012). *“Hay un elemento común en los internautas, su humanidad”*. Consultat el 25 / març / 2016, a Grup de Recerca en Comunicació i Responsabilitat Social: <http://comress.org/2012/05/20/javier-dario-restrepo-hay-un-elemento-comun-entre-los-internautas-su-humanidad/>

Sabés, F., & Verón, J. J. (2008). *La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Sánchez, C. P. (2013). *El periodista ante los modelos de negocio emergentes en la comunicación: entre la precariedad laboral y las nuevas fórmulas organizativas para profesionales del sector*. Consultat el 4 / maig / 2016, a Congreso Internacional Latina de Comunicació Social: http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/118_Prieto.pdf

Vallès, J. M. (2012). *Ciencia Política. Una introducción*. Barcelona: Ariel.

Wolfe, T. (1976). *El Nuevo Periodismo*. Barcelona: Anagrama.

Annexos

Annex 1. Transcripció de les entrevistes

Entrevista amb Jaume Aroca, cap de la secció de política de *La Vanguardia*

P: He parlat amb la Neus Tomàs i amb el Joan Rusiñol...

R: Sí, ja saps que el Joan ara treballa per a nosaltres? És corresponsal al País Basc de *La Vanguardia* ara. Ja veus... L'amor ho pot tot... La seva nòvia és basca.

P: El periodisme polític s'ha instal·lat en una espiral de rapidesa i d'informació instantània, sense capacitat de pensar peces a llarg termini. Pararà la immediatesa en què estem vivint? Baixarà el nivell d'immediatesa a què ens ha acostumat Internet?

R: Jo no crec que sigui aliena a...

PAUSA DE 2 MINUTS PER UNA TRUCADA

És a dir, jo no crec que sigui Internet el que ha alterat les nostres vides. Internet és el resultat de l'alteració de les nostres vides produïda per una desagregació social. Jo vaig una mica més enllà. Et recomano molt un llibre que estic llegint ara que es diu *Gobernando el vacío* del Peter Mair. Un senyor que ja és mort i que ja l'any 2011 teoritzava...

PAUSA DE 30 SEGONS

Ja teoritzava la desagregació comunitària. El que et ve a dir, fins i tot Bauman amb la societat líquida, -potser t'estic despistant però m'agradaria que pensessis que Internet és el resultat de la revolució de la societat, no que la societat és el resultat de l'evolució d'Internet-. Probablement produïda per una evolució política i, això sí que és purament política, que és el neoliberalisme. Hi ha un moment que Europa trenca la preferència per allò públic i del domini rector dels governs: trenca amb aquest esquema i es liberalitza, això probablement arrenca amb el 68. I, llavors, els individus ens convertim amb més lliures i més capaços de prendre decisions pel nostre compte. La meua idea és que Internet és una tècnica, no existiria com és si no existís una societat disposada a utilitzar-lo com l'utilitza. Què té a veure tot això amb el periodisme? En definitiva, si el periodisme és un relat diari, no, millor, espontani de la societat, la societat és molt més espontània, molt més lliure, molt més desagregada, i Internet juga amb això.

Però el conflicte a què ens enfrontem els periodistes no és a la competència d'Internet, és al fet que la ciutadania ha deixat de llegir el mateix diari, deixa de creure'm a mi com a relator bàsic de la societat i deixa de creure en les bases rectores en les quals creia la teua mare, per exemple. La nostra generació creia en una sèrie de principis rectors, per dir-ho així. Fixa't en una cosa: en el món de la política, si militàvem en un partit creïem en el que deia el partit des de el principi fins al final: si el partit era antiavortista, jo era antiavortista; si era partidari del dret a la vaga, jo era partidari del dret a la vaga. Això perfilava el meu perfil polític. A hores d'ara, si t'hi fixes, els partits no funcionen perquè com que ens hem desagregat i pensem pel nostre compte, els partits es converteixen en..., s'assemblen a l'estructura dels partits nord-americans, que són, en realitat, plataformes sobre les quals es desplacen les demandes dels ciutadans i els lobbies; probablement, més els lobbies que les demandes dels ciutadans... Però això és un altre tema.

Què vol dir això? Més individus en el... en la gran conversa que cada dia el periodisme s'encarrega d'escriure i de destil·lar per proveir la societat d'informació, en aquesta conversa hi ha molta més gent parlant, molta més gent produint i molta més gent dient. Internet què fa? És un accelerador exponencial d'aquest fenomen, però jo crec que hauríem de creure menys en el poder d'Internet i creure més en el poder transformador del canvi social que s'ha produït, en què la desagregació de l'individu respecte al col·lectiu ha estat brutal. No sé si et serveix el que t'estic dient o t'estic "liant". Jo després t'acabaré acceptant tots els nostres defectes eh... però la societat estava disposada a no creure en els principis relators en els quals havíem cregut fins ara.

En aquest país hi havia uns descriptors que ens creien. En part, tu estàs assistint a una cosa fascinant que és la fi del bipartidisme. Quan vaig començar a treballar en la meva realitat política hi havia tres partits: Alianza Popular, PSOE i Convergència, i cada un tenia un déu que eren els nostres referents. A hores d'ara què tenim? Una explosió política. Tot això ha canviat.

Com afecta al periodisme polític? Aquesta realitat accelerada exponencialment per Internet ens complica molt les coses. Per començar, no tenim el lideratge del relat. Abans, quan *La Vanguardia*, diari de referència d'aquest país, deia alguna cosa, tothom s'ho creia "a pies juntillas". A hores d'ara, la nostra capacitat de poder manar en aquest discurs és molt relativa. Hem perdut allò fonamental: l'hegemonia, i l'hem perdut en favor d'un munt de gent que és capaç de pronunciar el seu propi discurs, de fer-lo córrer, i de fer-lo convincent, a vegades, més convincent que el meu, que arrossego una història antiga, que utilitzo un llenguatge antic... Jo no sóc un "tio" modern.

Respecte a la immediatesa... Jo aquí tinc més dubtes: un dels problemes de la immediatesa, i això ho parlava amb la Inés Arrimadas, que l'altre dia vaig anar a dinar amb ella, que un dels problemes de la immediatesa és la precarietat. És a dir, al meu diari, quan jo vaig començar, i jo quasi sempre he treballat a La Vanguardia, hi havia a política unes 20 persones i a Madrid, 5 més. A hores d'ara, amb un món molt més complicat, en tenim 15 entre Barcelona i Madrid.

Això et dona una idea, que, malgrat que som dels periodistes més ben pagats d'aquest país: els del paper en general, malgrat això, ja et dona una idea de que nosaltres estem fent moltes més coses que abans. A més ha passat una cosa que és important, la digitalització ha significat que abans hi havia el compaginador, l'editor gràfic, l'editor de

textos, era una estructura molt més complexa. A hores d'ara, nosaltres assumim el 90% de la producció diària. Ara jo sol a través d'un portàtil podria fer un diari sencer.

Per tant, efectivament: tenim menys temps. Però jo et diria que encara a hores d'ara, *El Periódico* i *La Vanguardia* que són els diaris antics... el 12% del negoci publicitari de *La Vanguardia* procedeix de la web, per tant el 88% restant, procedeix del diari en paper. Què vol dir? Nosaltres tenim diners, i si els utilitzem bé, que això no sempre es fa bé per raons empresarials, encara tenim recursos per poder buscar col·laboradors, buscar bones informacions, comprar bones col·laboracions, dir-li a un que vagi de viatge a França i passa't tres dies allà, dir-li a un altre que es passi una setmana investigant un tema. Jo la setmana que ve me'n vaig una setmana a Madrid... La meua gent viatja bastant encara, és a dir, que van als llocs i parla amb gent real, que estan al món no virtual, vaja.

Acabo responent a la teua pregunta, com acabarà això? La meua experiència el que em diu és que l'experiència digital és extraordinàriament sacrificada. Perquè està extraordinàriament precaritzada, excessivament tancada a les redaccions, i perquè la seva capacitat de crear recursos, a hores d'ara i, mentre no es descobreixi quin és el negoci d'Internet, és molt limitada. Per tant, és una vida extraordinàriament sacrificada que jo crec que té un límit. Jo ja conec a periodistes que sortint del món del paper i anant al digital han acabat abandonant el món digital i abandonant la feina perquè el món digital ha acabat amb ells.

El dia que descobrim com finançar el periodisme a través d'Internet tot això canviaria, però en aquests moments no hi ha negoci Internet. No: encara no sabem quin és el negoci Internet. I si no hi ha negoci a Internet, no hi ha periodisme digital. Perquè t'ho pots plantejar com vulguis però, al final, els periodistes hem de pagar una casa, hem de tenir una vida, hem de tenir fills, hem de cuidar la família, tenim pares i els pares es posen malalts i els hem de cuidar: i aquí necessitem diners. I això no es fa amb un negoci petit.

Aquí et diria una cosa que s'ha de tenir present perquè clar i hi ha casos d'èxit com *El Confidencial*, que és que jo crec que el negoci a Internet només funciona sobre grans públics. Grans públics vol dir: nosaltres a la web de *La Vanguardia* tenim un nombre d'usuaris únics molt alt: com uns 20 milions. Però el 60% del tràfic d'Internet nostre és de fora de Catalunya. És gent que entra a la web de *La Vanguardia* per saber què passa

a Catalunya i per conèixer una altra visió dels fets. Perquè m'entenguis: fa poc vam donar una informació sobre Zapatero que s'ha sumat a la comissió de Maduro. El tràfic detectat va ser: 5% espanyol i 95% llatinoamericà.

Què vull dir amb això? En el context en el que estem parlant, que és Catalunya, em pregunto si l'experiència dels diaris digitals a Catalunya té alguna viabilitat, tenint en compte que som set milions de ciutadans. Com a mínim en català. La massa crítica suficient te la dona *La Vanguardia*. El 60% procedeix de fora de Catalunya i una bona part fora d'Espanya. Una gran part, a més, procedeix de *Facebook*. Entren a les nostres pàgines per *Facebook*! *Twitter* no funciona massa bé, és poc rellevant, malgrat la importància que li donem els periodistes. I la resta són gent que entra a veure la nostra web. I són la mínima part. I això passa quan aconseguim que els nostres gestors de xarxes siguin capaços de posicionar-nos en la matèria que s'estigui buscant. És a dir, no es va directament a la web, es va al buscador, que et remet aquell que és més popular explicant allò. Si tu busques Artur Mas és probable que el buscador t'acabi localitzant...

PAUSA 1 MIN

P: Llavors, tu creus que hi ha marge en les seccions de política per apostar per una narrativa diferent?

R: Cada dia. Si, si. Jo crec que sí i és el que intento fer. O sigui, *La Vanguardia* no empaqueta. Empaquetar significa que les redaccions treballen 24 hores amb els redactors que tenien en paper escrivint a la web. Llavors a les sis de la tarda un grup de 10-15 persones agafen el que ha sortit a la web i li donen format paper. *La Vanguardia* això no ho fa. *La Vanguardia* té una secció digital que ni tan sols és la pròpia empresa. Nosaltres li paguem a una empresa del grup perquè faci la web. Els meus redactors escriuen pel paper. Primer el paper. Ara, si la redactora de PP de Madrid em diu que ha dimitit el Soria, ella envia una cosa a la web. Però la web desenvoluparà la informació independentment.

El que també t'he d'admetre és que moltes vegades fracassem. El que tu em vols dir és el que el que veus a la web és el mateix que hi ha al paper. I no és així. Això és com el vi. Nosaltres som un vi de maduració! Nosaltres tenim temps per a poder reflexionar i pensar. Posem un cas, ahir el Soria es descobreix que havia mentit, dues vegades amb dues rodes de premsa. El nostre titular va ser: "El PP es distancia de Soria després de

veure que va mentir". En canvi la web diu "Soria mintió". Nosaltres el que diem és més d'anàlisi: nosaltres diem que a conseqüència de que Soria va mentir és que el PP s'aparti d'ell. I avui a les 8 del matí el Soria ja havia dimitit. No dic que sigui una cosa sigui conseqüència de l'altra. Em refereixo que, nosaltres madurem o tractem de madurar o explicar una cosa, per què ha passat? Intentem anar més enllà del fet en si mateix. I això ho podem, insisteixo, fer perquè tenim gent i diners. El factor diners, encara que no ho sembli, és fonamental. És fonamental per pagar-te els diners que et fas amb les teves fonts, saps? I és fonamental per aconseguir la millor foto, perquè pots pagar-te la millor foto.

Qui guanyarà en aquesta partida? És que aquí hi ha un altre problema, que escapa el periodisme polític. I és que si agafes de les pàgines web de diaris, tots els diaris maquillen la plana de "lo más visto". Si ho deixéssim tal com raja seria la primitiva i alguna imatge de sexe: "Los mejores culos de Instagram" "Shakira muestra una teta", això ho peta. I tu podries haver fet una entrevista del Felipe González que diu que el Pedro Sánchez és un imbècil... Ara, això ens ha d'importar? Sincerament, jo crec que no. Això forma part... què fa un diari? Oi que relata el que passa al món? Doncs la gent es juga els quartos amb la primitiva a veure si pot pagar la hipoteca. Quin és el nostre espai? L'espai de la política i allà juguem al que juguem! També és veritat que el que és més comentat a la xarxa sempre és la política, jo tinc veritables rècords mundials de retweets o de redifusions de *Facebook* d'un article que vaig fer del Pablo Iglesias i ell mateix el va recomanar, i em va posar a l'estratosfera...

És a dir, a vegades tinc la sensació que estem una mica acomplexats. Hem d'adonar-nos que no és Internet, és la societat el que ha canviat. I que el lideratge que teníem no el tenim i que la legitimitat i l'hegemonia que teníem no la tenim, estem en una conversa molt més global i molt més àmplia. Però malgrat això, la nostra talla de difusió, la nostra capacitat de difusió, encara ens permet a hores d'ara, fer la feina diferent de com en aquests moments produeix a Internet. M'evito criticar-te els productes que veig a Internet, en qualitat, en edició, en nombre de fonts.

P: Em va dir el Joan Rusiñol que la notícia estricta perd una mica de sentit en el món en que estem, que tothom ja saps el que va passar ahir i aquella peça ningú se la llegeix i la gent passa a llegir una crònica o una peça que t'ofereixin un valor afegit.

R: Amb això discrepo. No podem renunciar a explicar el que va passar ahir. Amb matisos, hem d'explicar el què va passar ahir i perquè va passar. És a dir, hem de tenir les millors fonts per explicar el succés. Vols saber què ha passat amb el Soria? El Soria ha mentit, val i després què ve? Una crisi de govern, la impossibilitat de cessar-lo perquè és un ministre en funcions, com el Rajoy encaixa tot això, quina seran les relacions entre Ciutadans i PSOE en el context de la investidura... Desvincular-nos del què va passar ahir és un error. El que hem de fer és ampliar, tridimensionalitzar la informació. Va passar això i això vol dir que... Si nosaltres renunciem a explicar el que passa ens n'anem al reporterisme. No, no. Nosaltres hem de fer informació. Però la informació ha de contenir els elements d'avaluació i el control de danys de les informacions que van passar ahir. I funciona, em preguntes, doncs, no. I no funciona perquè tinguem la competència d'Internet, sinó perquè hem perdut l'hegemonia, que és el que et deia al principi. Si només parles de la influència d'Internet estaràs oblidant els canvis socials que han portat a que Internet sigui el que és, uns canvis que tenen a veure amb l'expansió del neoliberalisme, amb la desagregació del col·lectiu, amb la pèrdua del sentit del bé comú. Ens està passant això i ens està passant d'una manera traumàtica pels de la meva generació.

Tot i que, d'altra banda, també t'he de dir que tot això també està canviat amb moviments com el 15-M. S'està fent una relectura d'allò comú. La superació de la idea del comunisme pel comunitarisme, pel qual la comunitat adquireix un pes específic que fins ara no tenia. Aquí el periodisme que ha fet? Doncs el mateix de sempre, explicar-ho.

P: Quina importància l'hi doneu a l'estil de les notícies?

R: Per nosaltres escriure bé és bàsic. És un dels nostres elements distintius. És a dir, t'ho diré a la pràctica, el sistema de producció d'una notícia és

PAUSA 1 MIN

el redactor fa una notícia, me la passa a mi, jo m'ho llegeixo, l'edito, li torno amb ell i li pregunto si està d'acord amb els canvis, si no hi està d'acord, ho discutim. Hi ha una subdirectora que es llegeix determinats temes. Un cop fet això hi ha els editors que es llegeixen el diari sencer i corregeixen errades, incoherències, problemes de nom. I després hi ha els editors gràfics que han dibuixat la plana que es tornen a mirar si la

fotografia està ben posada, una imatge que escull el departament de fotografia. És a dir, el periodisme escrit és encara una feina artesanal i col·lectiva.

Ara t'explico com funciona la web. Un periodista, perquè no hi ha prou gent, toca tots els temes, escriu, posa la fotografia, posa en plana i hi ha un portadista que administra aquella informació i decideix on anirà aquella informació. Una cosa que a nosaltres no ens passaria mai pel cap que és que es publiqui una informació sense que ningú més ho hagi llegit. I tot i així hi ha errades, però n'hi ha poques. El nostre treball tracta d'apropar-se a una perfecció informativa, cosa que les pàgines web no fan. I no estic criticant les planes web, estic dient com es treballa. Jo puc penjar una notícia a la web sense que ningú se la miri. Jo podria fer un diari sencer però abans que jo l'acabés de fer, se l'hauria mirat 4 persones més.

Nosaltres hem de posar en valor la nostra manera de treballar, de comprovar les coses, de discutir-les... Jo soc de la opinió que el millor diari és el fruit de la millor conversa a la redacció. Quan jo haig de posar un titular, agafo a dos o tres que tinc allà i els dic eh, que us sembla aquest titular?

Intentem fer un treball depurat, encara que de vegades no ho sembli i això és el que en el fons ens segueix donant la capacitat prescriptora que tenim. Perquè, com t'he dit, el 12% del benefici procedeix de la web la resta del paper. Ningú té massa clar el negoci d'Internet, i potser no n'hi ha de negoci.

Vull dir que, jo soc menys apocalíptic, tampoc soc un integrat. Una altra cosa és: com consumeix informació la gent? Aquesta és l'altra gran cara de la moneda, la gent està consumint informació al telèfon. Però això no forma tan part de la crisi del periodisme sinó de la societat nova, desagregada. Que no necessita llegir els grans referents del periodisme per pensar que està informada.

P: La nova manera de consumir vol dir que el lector no pot processar una informació elaborada...

Vol dir que el lector no desitja una informació molt elaborada!

P: Així, una el que em pregunto en el treball és que si el periodisme polític adquirís la metodologia de periodisme literari i es centrés en què diu i com ho diu, per a fer una informació de més qualitat, el lector respondria?

R: No. Jo soc escèptic...

PAUSA 30 SEG

Jo m'informo també pel telèfon i a vegades em llegeixo articles de 1500 paraules i me'l llegeixo al telèfon. Perquè està ben escrit? No necessàriament, si no perquè la informació és interessant. I la informació perquè és interessant? Està ben feta, ben elaborada, la font és una font solvent. Sé que el tio que ho escriu ha anat allà a posar el nas i s'hi ha passat hores.

Jo aquestes webs que hi ha... especialment a Catalunya, jo sé com fan la informació. No són fiables, de cap manera. Perquè sé com ho fan. Asseguts en una cadira 24 hores al dia. Periodisme no és això. Periodisme és anar a veure el tio que li han clavat un punyal i s'ha salvat.

Deixa'm que et digui una cosa que potser tindrà interès per tu: no fa massa parlant amb un polític em deia, ja no em paren pels passadissos del Parlament, si no que m'assalten els de les webs i qualsevol collonada en fan una notícia i a més la veig publicada al cap de dos minuts. De manera que he decidit que si m'he de veure amb un periodista, quedaré al meu despatx i ho parlaré en calma. És impossible fer política amb aquesta voracitat. A la política li passa el mateix que ha nosaltres, que ha perdut l'hegemonia, han deixat de ser referents únics. La pèrdua de l'hegemonia ens afecta a nosaltres però també afecta als polítics. Hi ha molta gent disposada a dir moltes coses i els polítics fugen d'això, fugen en el sentit que passen de llarg perquè prefereixen no obrir boca. Una anècdota que em va explicar un representant de Junts pel Sí: un dia es veu que es va trobar a algú de la Cup al bar i al cap de dos minuts a les webs hi havia cimera de la CUP i Junts pel Sí. La cimera de la Cup i Junts pel Sí era una cafè a la cafeteria. La immediatesa.. la rapidesa...fàcil... etc

Insisteixo eh, això ho aprecia el lector? La meva feina és que ho aprecií. Ho aconseguim? Si mires l'EGM d'ahir veuràs que no. Que hem tornat a caure i caiem tots, eh, tots.

P: Quan em referia a la metodologia del periodisme literari no volia dir una peça sense informació... De fet a La Vanguardia hi ha peces, cròniques que la utilitzen, per exemple les cròniques de l'Enric Juliana o del Plàcid Garcia Planas.

A veure, alerta. El Juliana no dona informació, l'analitza. Si tots fóssim Juliana, el diari perdria sentit. Ell elabora una gran tesi i és fantàstic però no funcionaria si al costat no tingués el relat objectiu del que està passant. No l'entendries. Nosaltres som els grans ajudants que el Juliana sigui un gran cronista polític. Perquè expliquem el que després el Juliana amb el seu prodigiós cervell pugui valorar. Però una cosa sense l'altra no té sentit.

Entrevista amb Neus Tomàs, cap de la secció de política d'*El Periódico de Catalunya*

P: Com feu una notícia política, quines rutines seguïu?

R: No hi ha una sola rutina.

PAUSA 2 MIN

La notícia en una secció o una altra, ja sigui política o esports o societat, té diferents maneres d'arribar. La primera és la típica i tòpica d'una roda de premsa. Exemple: Rita Barberà compareix davant dels mitjans per explicar que anirà a declarar voluntàriament. Aquesta notícia no pots obviar-la ni a l'edició on-line ni a la de paper. Seguim amb l'exemple de Barberà: després, tu pots tenir informació pròpia perquè has tingut accés a les diligències judicials sobre l'operació Taula en què, presumptament, estaria implicada ella, segons alguns testimonis i imputats. Si tu tens accés, és una informació molt difícil de cronicar, al final el que has d'explicar és si es movien diners, si es blanquejava; qui ho feia i com, és un altre tipus d'informació que tu et treballes perquè tens un responsable d'informació policial o judicial que accedeix a aquests tipus d'informació.

Després hi ha la crònica política del cas, com afecta el cas del PP valencià al PP a nivell nacional, com el condiciona de cara als seus propis electors -nosaltres vam treure una enquesta aquesta setmana que deia que pràcticament la meitat dels votants del PP creuen que Rajoy ha de marxar per facilitar la regeneració del partit-; com condiciona això amb que pugui negociar una investidura amb algú (C's s'allunya del PP i posa com a raó la corrupció); això et permet construir una crònica política a base de fonts, i que va molt més enllà del teletip d'agència.

Els diaris han de fer cròniques però no només, no només de cròniques ha de viure la informació política, o una informació esportiva, això ho has de complementar amb altres coses, per exemple l'1x1 que hem importat dels companys d'esports. És una manera de renovar i agilitzar una mica una informació que de per si és feixuga.

Per tant, jo crec que la crònica hi ha de ser però la notícia també, no pots viure d'un únic gènere. Igual que l'entrevista i el perfil, o altres tipus de peces.

P: El cap de política de l'Ara em va comentar que hi ha un deute pendent per part del periodisme polític a adoptar maneres de fer del periodisme literari. Hi estàs d'acord?

R: Hi estic d'acord. És a dir, el que no li pots fer al lector que paga -que de moment és el del paper- és una crònica de "dijo", "apuntó" y "señaló". Si fas una crònica es pressuposa que has parlat amb fonts diferents i és perquè el lector es faci una composició general del que està passant, ja sigui una crònica sobre el Parlament, el Congrés, sigui una crònica sobre què passa en un partit. Jo crec que has de jugar amb diferents elements però el bàsic és que tinguis una bona informació. Si tens una bona informació, pots fer una bona crònica, si no tens una bona informació, mai serà una bona crònica; pots fer cròniques de tocar el violí, com ho dic jo, però si no aportes res més enllà d'algú que sap escriure bé, amb això no n'hi ha prou.

Què és el periodista ideal amb informació política? Algú que té bones fonts i que després sap escriure-ho bé. Literatura? No sé si és literatura o no, però que sap explicar-ho bé i de manera atractiva al lector. A vegades en les cròniques s'abusa de les cites, no cal que surti el Gatopardo cada setmana: per dir que "nada ha cambiado" no cal fer referència al "gatopardismo".

En canvi, hi ha un gènere entremig que no és la crònica ni és l'opinió, que és la contracrònica, que està guanyant espai als diaris i que és molt agraïda de llegir i atractiva. Per mi l'exponent màxim és el Manuel Jabois d'*El País* que et fa literatura política molt interessant, però no és una crònica política, és un complement de la crònica, un gran complement que enriqueix la web, enriqueix el paper, es fa llegidor, algú que acaba tenint una signatura pròpia perquè ho fa molt bé. El Pablo Simón és un altre exemple. Són gent que et dona una visió, si vols, més literària, del que és la política. Però no és una crònica... És una altra cosa.

P: Quines són les dificultats per implementar aquest tipus de periodisme més pausat, doncs?

R: Doncs que cada cop hi ha menys mans per a fer més feina. Primer perquè per a fer això, necessites una certa mili, algú que comença ara per molt bé que escrigui si no té una mínima agenda de telèfons per a poder fer una informació contrastada... És com totes les feines, necessites un cert *background*. En política, també, els dirigents, els governs i els partits passen, però tu et quedes i, per tant, has de tenir bones fonts a Convergència però ara també a la CUP, o a Junts pel Sí, o...

PAUSA 1 MIN

Si de cop, emergeix un moviment que és el “colauisme” o emergeix Podem, com a primer força a les catalanes, tu has de veure qui és el Xavier Domènech, saber una mica qui és...

Per tant, què necessites? Necessites, d'entrada, cert temps per a poder-ho treballar i certes qualitats a l'hora d'escriure, que no tothom les té i no acabar 'engolit' pel dia a dia que se't menja. El dia a dia se't menja, perquè estàs fent dos productes alhora, una edició digital i una en paper, i cada cop amb menys gent, perquè les empreses han hagut d'escurçar i els nous formats sigui en web o el Diari Ara que combina les dues coses, ho fan amb moltíssima menys gent del que podem tenir aquí per fer un sol producte... Per tant, el que cal és un cert "periodisme slow", que ara mateix els temps no juguen a favor.

P: Creus que baixarà aquesta immediatesa en què estem instal·lats?

R: El problema és que les persones interessades en política ho volen saber al moment, volen saber què ha dit la Rita Barberà, si ha plegat o si ha dit que anirà a declarar, i això vol dir que la persona que ha seguit la roda de premsa, ha de fer mil caràcters ràpids, urgents, perquè tu ho puguis tenir al mòbil de seguida, i jo vull que tu ho tinguis primer per *El Periódico* que per *La Vanguardia*. Llavors necessites un reciclatge periodístic de determinada gent que està acostumada a escriure amb una certa calma, i un reciclatge de la logística, dels servidors. Això és incompatible amb tenir bones cròniques? No ha de ser-ho.

Jo sempre dic que hi ha tres tipus de periodistes: el periodista que surt al bosc i sap trobar la tòfona, és a dir, sap trobar la notícia; després hi ha un periodista que per més voltes que doni pel bosc no troba la tòfona, però un cop la té, la cuina fantàsticament, és a dir, li dónes una informació d'agència o una roda de premsa i l'escriu perfecte però no et portarà mai una notícia; i després hi ha el tercer, que és l'ideal, i el que menys abunda que és el que sap trobar la tòfona i la sap cuinar, aquest és el periodista ideal, el que busca la notícia, la troba i, després, et fa una crònica molt bona. La tendència hauria de ser a aconseguir que fossin majoria aquests tercers.

P: El moment de crisi econòmica i de canvi d'hàbits pot propiciar un canvi de rol del que és entès com un diari, que donés un plus més?

R: Aquesta és la reflexió en la qual estem immersos tots. Com aconseguir... és a dir, el lector de paper..., és a dir, els tiratges que havíem tingut tots no els recuperarem, perquè les noves generacions ja no llegeixen paper. Molts, els llibres ja els llegeixen en format electrònic i els diaris també. Però, evidentment, has de fer un bon producte de paper. Perquè hi ha molta gent que encara continua llegint el paper i si fas un producte millor pots aconseguir atreure algú, i perquè encara té una influència en determinats àmbits econòmics i empresarials, on el paper continua tenint una preeminència.

La reflexió en què estem tots els diaris, des de el *Washington Post* fins a *El País*, és com el pas al digital ens ha de permetre sobreviure. És veritat que fa cinc anys hi havia gent que deia que el paper estava mort i que en cinc anys no hi haurà diaris en paper, i encara n'hi ha. Què has d'aconseguir? Doncs jo crec que el que has d'aconseguir fer dos molt bons productes en digital i en paper.

P: Amb continguts separats?

R: Hi ha d'haver una coherència informativa i de línia editorial. No té sentit que tu tinguis una web progressista i d'esquerres i, en canvi, el paper sigui conservador i tirant a dretes, perquè resulta que els anuncis que et vénen encara són al paper i molts són de l'Ibex, no té cap sentit. Són debats que estem tenint tots. Jo crec més en les redaccions integrades, que aquí a Catalunya la primera va ser a l'*Ara*, que en redaccions paral·leles, perquè la marca és la mateixa. Jo vull que tothom reconegui el producte i, per tant, que hi hagi una certa coherència. Al *Washington Post* a l'edició web i a l'edició en paper no explica coses diferents, una altra cosa és que al paper donis anàlisis més completes, reportatges més amplis, hi hagi notícies més "soft" a la web, que al paper... Això són coses diferents, perquè els formats són diferents, perquè potser hi ha una part de públic que mai et consumirà paper però que sí que t'entraran a la web, però has de mantenir una certa coherència de la marca, no pots fer dos productes que siguin antagònics, i això ha passat, no aquí, però ha passat.

P: A més de les peces interpretatives, creus que hi ha lloc pel periodisme literari a la resta de gèneres, a la informació estricta?

R: Això ho has de fer, però no només quan fas una crònica, ho has de fer amb una informació també, l'has de contextualitzar, més enllà de la declaració. Avui, després de preguntar a la Rita Barberà, s'haurà d'anar al PP a veure com respira, com ha caigut al

PP aquesta posició de la Rita Barberà. Una cosa és que tu expliquis el que ha dit, una altra és que ho has de contextualitzar. Jo crec que això m'atreviria a dir que no hi ha cap diari que no ho faci.

P: Em refereixo a agafar la metodologia del periodisme literari, centrant-se en l'escena, amb un punt de vista diferent, de forma més complexa...

R: Sí. Això qui ho sabia fer molt bé era el Carlos Cué d'*El País*. Ho sabia fer tan bé, que no crec que ningú ho faci tan bé com ell. Nosaltres, per exemple, la 2-3 quan és informació política sempre és una crònica, té format de crònica, té títol de crònica, no té títol "Barberà dice que...". Jo crec que sí que ho estem fent. Avui hem fet una peça que es titulava "Rajoy contra las cuerdas", i allà expliques perquè, no fas una notícia que ja han explicat tots, li donem una volta i fas una informació més contextualitzada.

Però jo crec que això no és que ho faci internacional de *La Vanguardia*, perquè internacional de l'*Ara* també ho fa. Si fas un repàs als diaris veuràs que ho estan fent tots. Per exemple, les cròniques de la Lucía Méndez d'*El Mundo*, que és cap d'opinió, són molt treballades. Hi ha un cert mite que *El País* és el que fa cròniques. De fet, *El País* mai feia cròniques, va començar a fer cròniques quan la premsa catalana, en campanyes electorals, vam començar a fer "cronicón", que li dèiem, que era un reportatge del dia, més enllà, que no tenia perquè ser del que havia passat aquell dia, sinó del que crèiem nosaltres que s'havia de parlar en campanya.

1 minut és que m'espera el director...

P: La mateixa idea, que si creus que el periodisme literari pot tenir lloc a la política...

R: A veure, la literatura té lloc a informació política i el pot tenir a esports. És a dir, no és una cosa que hagi d'estar només a la informació política. Té lloc la literatura? Sí. A veure tu quan vols dir literatura vols dir afegir-li elements novel·lats, interpretació? Clar, això ja és el que toca. Hi ha lloc per un periodisme més narratiu i més interpretatiu. Però jo crec que és una cosa que s'està fent, amb més o menys encert o més o menys intensitat. Però tots els diaris ho estem fent. Si tu agafes el nostre últim debat d'investidura, vam agafar un escriptor, el Juan Fernández, i ens va explicar l'escenari... etc. Nosaltres, en campanya, vam tenir el que fa les imitacions a la SER. Jo crec que tots els diaris ho fem. Ara, si tu em dius una crònica que sigui només literatura,

no. La crònica ha de tenir ingredients informatius, i per tenir ingredients informatius ha de tenir una base darrere i perquè hi hagi una base darrere, hi ha d'haver algú que tingui una bona informació i la bona informació no s'aconsegueix sense fer trucades o veure gent. A partir d'aquí, tu li pots posar més o menys narrativa, o pots acompanyar-ho d'un format més literari. Però la crònica és la que és.

Entrevista amb Carol Álvarez, cap de la secció de política d'*El Mundo Catalunya*

P: Sou un dels diaris amb més precarietat laboral, com us esteu adaptant a la crisi?

R: Va ser amb els ERE's, en el cas d'*El Mundo Catalunya*, fa sis anys quan van fer fora a 6 persones. Va ser una sensació de no apostes per un model, però no només un model empresarial, sinó la qualitat que implica mantenir un model. Perquè si tu vols fer una informació com la dels maristes que està fent *El Periódico*, necessites dos o tres redactors treballant en xarxa, atenent gent perquè estan rebent moltes trucades, separant el que està bé i el que no està bé... i per fer això necessites gent. No pots dir que tens un equip d'investigació i l'actives quan passa algo: això és com un cercle viciós, quan menys carrer fas, quan menys estàs treballant un tema, menys gent et truca, menys temps tens per fer cafès i si no tens una cosa a l'agenda el més normal és que te l'omplin. Si no tens res d'agenda, no et deixen estar pensant temes, no perquè els teus jefes no vulguin, és que realment has de continuar omplint una sèrie de serveis que queden buits. És un problema, a la que comences a perdre gent, es perd qualitat.

P: Com funcioneu paper i digital?

Hem passat etapes de el paper va per lliure de la web, que es nodreix d'agències i de redactors de web. Les webs tu mires portades de fa set anys i al·lucines perquè són infinitament millors de les que tenim ara. El que no hi havia són els vídeos que van ser una revolució. Abans si no tenies una foto, no passava res. Ara si tens un crim i no tens la foto no va a portada. Perquè la foto té la captura i el vídeo té la publicitat. Tu inclous un vídeo en una notícia i té cua de publicitat per entrar. Llavors que passa, fem vídeos, vídeos, vídeos... Alguns no s'han pogut editar bé. I a vegades són vídeos que no aporten gran cosa a la notícia. A vegades hi ha fotos tant bones que li aguanta qualsevol vídeo... Per això també necessaries tenir temps, un editor bo i cada notícia decidir-la, és una quimera és materialment impossible amb la tendència que tenim de reduir costos que això pugui existir mai. El que es vol fer està molt bé en el món de les idees, però posar-ho a la pràctica sinó hi ha gent, no es pot fer. I per això hi ha històries que surten molt bé i històries que no surten perquè és la irregularitat de la gent que tens en aquell moment, la oportunitat, la sort hi ha tants factors externs darrere d'una notícia. Hauríem de fer una web de només explicar l'*off the record*... A vegades quan et diuen "*El País* s'ha avançat amb un tema", però vols que expliquem perquè s'ha avançat? igual a algú

se li ha penjat l'ordinador i l'altre no pot entrar al seu ordinador perquè no té la contrasenya perquè no és titular... És molt lamentable. Ja no es periodisme, és tècnica i recursos.

P: Com m'explicaries el tipus de rutina productiva que seguiu amb els temes polítics?

R: El que ha passat a dia d'avui és que la política no és només política és que per tema de corrupció o de conflicte de competències d'administracions, ha comportat la judicialització del món polític. Una informació política que seria la reunió del govern l'ha de cobrir el company que fa judicial si la fa l'Homs i comença a parlar de la seva causa. A més, la compareixença d'ahir de l'Homs al TSJC en el fons era un tema polític perquè no va dir res...

Ara, com a rutina tenim les prèvies d'un dia per l'altre que fem servir les d'agència i les notes de premsa dels partits. Però és tant la quantitat de notes de premsa... que esperem normalment a les agendes d'*Efe* i *Europa Press*. A partir d'aquí ampliem amb les coses pròpies, com entrevistes.

Ara, tot el matí treballem més per web. Abans de dinar faig previsions de paper i a les 4 de la tarda començo a mirar continguts de paper.

A més, estem pendent de les entrevistes a les ràdios entre 8 i 10 del matí que abans les cobrien molt bé les agències i ara ja no es fa tant. Si no entra per agència, i és important (o Puigdemont o Junqueras) ho escolta algú nostre. Bàsicament perquè estem sortint a les 11 de la nit de treballar i si a les nou del matí ja estàs pendent... En principi a no ser que hi hagi un tema molt d'actualitat, només escoltem els principals. A aquests els escoltes però no estàs preparant la notícia, sinó que els escoltes per fer-te una idea del què diran. Si no hi ha una agència darrere bolcant-lo et pots trobar que has trobat una declaració interessant i que tu no has apuntat perquè estaves al cotxe, o fent l'esmorzar. Clar a les 8 del matí en teoria no estàs treballant però sí que escoltes la ràdio... Llavors esperes la nota de premsa que t'envien algunes ràdios, però a vegades la nota de premsa tampoc recull aquella declaració...

Un altre fenomen rutinari que faig, és que jo estic molt enganxada al *Twitter* per veure què està passant, segueixo la ràdio, les agències i la tele. Des de que em llevo ja estic mirant què està passant. Això em permet no haver d'estar amb la ràdio o la tele posada.

Si algú diu una frase que algú ha dit en una ràdio que l'has de contrastar després, buscar-la al podcast... I aquestes històries passen. El problema de l'agenda és que està amb contínua evolució, el tema que al matí és interessant entrada la tarda ja no existeix. Per això, tota la funció que fèiem al matí, abans era de pensar enfocaments i de donar voltes a idees i ara amb la web ens obliga a estar molt alerta tot el dia.

De treballar de treure la llibreta i el boli el redactor s'hi posa quan va la roda de premsa de torn però d'estar donant-li voltes està des de les 8:30 - 9. En principi són 3 o 4 actes al dia grossos. Però nosaltres a El Mundo tenim un sol redactor com a titular de política, que el tenim com una bèstia negra, perquè ell ha d'estar empapat del que està passant, hi ha esforços a la web que intentem que no faci ell... Perquè si està bolcant un tema ja perds mitja hora o un quart i m'interessa més que es llegeixi l'últim article que ha fet *La Vanguardia* o una entrevista que ha sortit en un altre mitjà.

El periodisme reflexiu amb la web no el pots tenir si estàs tot el dia "dale que te pego". Per això tenim una persona en *stand by* que és el redactor de política que va a cobrir els actes a l'estil antic i els redactors visagra que tenim que eren antigament de web que tenen àrees de menys importància per al nostre diari com successos i local i es bolquen a donar suport amb els temes de política de web. També passarà que el dia que el redactor de política fa festa, algun altre redactor haurà d'anar a cobrir política.

En el fons la nostra integració ha vingut per falta de recursos, que tothom es formi de tot i que jo sàpiga que si falta el de política, pugui enviar a un altre, o els caps de setmana que ens anem tornant. Tothom està informat de tot en l'àrea de política. El lector no té la culpa de la falta de recursos.

Però és un esforç molt més gran per la persona que no està especialitzada... L'altre dia em deia una companya que fa medicina. "Si tu fas medicina amb un diari molt especialitzat tu tens unes àrees molt especialitzades i altres no, quan vas a cobrir alguna cosa que no en saps, pateixes molt, escoltes les preguntes, t'has de deixar guiar pels veterans, hi ha temes que et pots equivocar perquè no pots valorar la importància d'una dada que donen". En canvi, aquell mateix matí aquesta companya va anar a una compareixença sobre la sida, i ella en sap molt del tema i va seure i a la segona frase va veure el titular i en 20 minuts va escriure la notícia. Aquest seria un exemple de periodisme integrat, perquè saps el que passa. En una hora, hora i mitja tenia la informació per web i per paper. Perquè si ho saps ho fas en un moment i ho pots

integrar. El problema el tens quan vas a una roda de premsa i no en tens ni idea, perquè requereix tant d'esforç extra, són moltes més hores per un redactor, que potser no et surt el tema, no trobes el titular o l'enfocament...

Per això, en política és complicat, ara també és veritat que a l'hora de triar l'agenda que és molt àmplia, com el procés, cada mitjà té interessos d'alguna manera; més que interessos, té prioritats. Nosaltres no anirem a cobrir una roda de premsa amb reaccions i sentències del Tribunal Constitucional, nosaltres anem a la principal: anem a la del govern. Perquè sabem que el que digui el PP català, que els interessa als nostres lectors, estarà en consonància amb el que digui el PP espanyol i això ho tenim cobert des de Madrid. N'estarem pendants, per si diuen alguna cosa diferent però no hi anirem, ni farem una notícia; només farem, si tenim temps, una notícia a la web. No podem fer quatre notícies a la web sobre reaccions del PP, d'ERC, de la CUP; no tenim ni temps ni creiem que aquesta sigui la nostra funció. És rendibilitzar.

L'altra gran prioritat del periodisme de pocs recursos com el nostre és la priorització i la rendibilització d'esforços. Rendibilitzar l'esforç pot ser dir-li a un redactor "avui a les vuit, si has acabat, te'n vas a casa, en comptes d'estar-t'hi fins les deu perquè demà t'has de llevar a les nou", i això també és rendibilitzar. Per exemple, amb el cas del Tribunal Constitucional, sí, ho segueixes però no vas ni a la roda de premsa, estàs pendent de si te la posen a la tele per veure les reaccions i després fas trucades als de premsa si no has entès alguna cosa perquè no pots permetre't tenir un redactor anant i tornant per tres paràgrafs que no seran ni l'enfocament de la informació, has de tenir molt clar cap a on tirar. I, sobretot, t'obliga a apostar per històries i enfocaments molt ràpid, cosa que és arriscada però és l'única manera de no embolicar-se i complicar-se.

A nosaltres ens passa, i això si parles amb mitjans com *El País* els passarà igual, que depenem molt de Madrid. A vegades ens ha passat que ens diuen "és que això ens interessa" i tu penses "això us interessa?". Per exemple, a mi em passa amb les informacions, ens diuen "és que el govern ho ha dit", però allò el govern ho ha dit moltes vegades, "no, però ens interessa", i tu dius "ara hem de tornar a explicar el procés de **REFUNDACIÓ? (19:57)** de Convergència? Segurament a ells els interessa per la seva confecció de la secció aquell dia els falten temes, a vegades és tan simple com això. I de sobte pensen a veure què té Catalunya. Llavors, passa que el redactor d'aquí que tindria un dia per treballar temes, col·laborar amb altres històries o fer festa, no pot perquè està

sotmès, també, als interessos particulars concrets de l'agenda política Madrid. És molt complicat poder organitzar-te d'una manera sana i professional.

P: Aquest periodisme tan estressat, continuarà? O la gent acabarà deixant la feina? Es pot mantenir aquest ritme?

R: Hi ha un problema o un avantatge pels joves, segons com t'ho miris. Quan va arribar el primer ERE vam dir treballem molt, fem molts temes perquè vegin que som importants i que ens necessiten. Ens vam deixar la pell però en van fer fora a 10. Quan en van fer fora deu, vam veure que l'esforç no havia servit de res però vam intentar demostrar que érem prou bons i que podíem mantenir la redacció amb la mateixa qualitat perquè veiessin que amb aquella retallada ja n'hi havia prou, ja fèiem. Llavors va arribar l'altre ERE i van fer fora a 6 persones més. Tens la sensació de "perquè estic treballant?". Però clar tu ho fas al final perquè t'agrada la feina i perquè vols explicar coses i que l'única manera que tens de poder arribar al lector o de poder fer el que t'agrada i sentir-te bé, perquè al final és una feina vocacional, és amb aquest context de feina que tenim ara que és un feina que crema.

Què passa? Que hi ha una gent que arriba a una edat que diuen "hasta aquí hemos llegado" que són, precisament els veterans que fa més temps que hi són i que s'han cremat i aquests estan esperant "como agua de mayo" una baixa incentivada. Això genera redaccions on no hi ha veterans. Jo quasi soc la més vella de la meva redacció, tinc només una persona una mica més gran que jo i ja està. I a mi em parles del primer Pujol i jo l'etapa del pujolisme la vaig veure molt "de passada". Jo vaig començar a treballar amb la beca d'EFE, al 96. Jo no tinc una trajectòria d'haver vist coses jo el cas Banca Catalana no el vaig veure judicialitzat, per exemple; jo no vaig veure la querella del Pujol. Coses d'aquestes a mi em falten. El dia que detenen el Prenazeta o el dia que detenen al Macià Alavedra, el conseller, va sortir a la tele i jo encara recordo el dia, hi havia a la web una redactora molt bona jove que se'm va quedar mirant i em va dir "y este quién es?". I clar, jo estava en aquell moment pensant "estoy viendo a Alavedra esposado, yo esto no lo habría visto en la vida", "quié es Alavedra?". En aquell moment és quan veus que tenim un problema perquè és una mica com la història de la memòria històrica però traslladada al periodisme. Amb temes judicials grossos (polítics, sobretot, i econòmics), igual trigues vint anys a trobar resultats, si no tens ningú que hi hagi sigut fa 20 anys, ningú no pot valorar la importància que té segons què. Que el

Pujol sigui ara jutjat per temes de desviament de diners o per mentir sobre la seva herència és un fet que quan va sortir vaig pensar "sort que el meu avi és mort", perquè si el meu avi estigués viu, s'hauria mort ara mateix d'haver vist el Pujol així. Però això si li diu a una persona jove et diuen "el Pujol? Qui era? El president?", no poden entendre el valor. Llavors, en perdre aquesta memòria de les coses que et donen els veterans, perds la capacitat d'analitzar, de valorar i de poder veure si estàs avançant o no com a societat. Els veterans seran més lents, els costarà més integrar-se a la web, hi haurà feines que potser no poden fer però per això hem de prescindir d'ells? És com si diguéssim "ostres els avis, a partir dels 60 que ja no hi veuen bé, no funcionen, només són despeses per a sistema sanitari: **càmera de gas** (25:25)". Tenen un patrimoni que s'ha de poder incloure, no sé amb quin estatus, no sé com s'han de conjuntar però no se'n pot prescindir. I el sistema actual que tenim fa que hi hagi un "star system", ara per ara, de quatre o cinc, deu, que escriuen molt bé, que són "plumillas", que són "firms", que són quatre avis i no poden assumir tota la informació que haurien d'assumir. Hi ha una separació allà important, abans d'arribar als "matxaques" del dia a dia, la gent jove amb ganes de fer coses. Els joves no ho poden fer tot. Poden fer coses i les poden fer bé, però tu vols realment que estigui a les mans d'un jove fer una anàlisi, per exemple, quan mori el Pujol? Qui farà l'obituari? Nosaltres encara ho estem pensant, "l'hauríem d'actualitzar, però com l'actualitzem? Qui ho fa?". Aquesta sensació que tenim, és un ritme que ha de parar d'alguna manera, perquè no integra, no encaixa a gent amb molt patrimoni.

P: Quina importància li doneu a l'estil?

R: R: A veure. Això depèn del redactor. Hi ha redactors que el seu estil és molt pla, que no tenen un estil propi. Com et distingeixes d'un teletip? No tothom té la mateixa ploma alhora d'escriure, ni tothom és igual de ràpid ni té massa memòria. El que no té tan d'estil intento que no faci temes de color, perquè patirà.

A política, venim d'una època en què les declaracions eren titulars. El que abans era EFE (que ara també ho és), ho eren també els diaris. Quan jo vaig arribar a *El Mundo*, cada partit tenia un redactor i cada redactor escrivia una plana, i clar, cada dia el PSC no dóna un titular però si que fa unes declaracions algú a algun lloc. Hi havia molt Fulanito "dice", "señala", "declara", "anuncia", i eren frases que deien, en context més o menys, i era molt més clàssic. Tu vas enrere i és curiós i no crec que fóssim només nosaltres,

crec que ho feia més gent. De fet, els mitjans que tenen més recursos, que per a mi aquest és el problema, encara ho fan molt. Per exemple, l'*Avui* encara té molts redactors encara que estiguem en aquestes situacions tan estranyes de mitges jornades, tenen molta gent i a vegades fan informacions de política que són decles, no donen informació. Nosaltres vam decidir a mesura que anàvem reduint, que havíem d'aportar alguna cosa més que el teletip; perquè per això ja hi ha el teletip. És veritat que el lector no està abonat a EFE, el lector escolta la ràdio, el *Twitter*, etc. Has d'aportar alguna cosa. Llavors el que fem nosaltres és en comptes de fer una notícia normal, busquem un ganxo, agafem una mica l'estil del periodisme de successos. Jo vinc del periodisme judicial i m'agrada molt la literatura i em llegeixo una cosa si te ganxo, si no, no. Si em dius "El president Carles Puigdemont dijo", ves més enllà, para, mira't el que diu i valora-ho. Ho està repetint? Està canviant d'idea? I si està canviant d'idea perquè dic només "Puigdemont está cambiando de idea"? Busca alguna cosa que enganxi com "Donde dije digo digo Diego". Això et fa sentir més a gust de la feina que fas i no t'avorreixes, és que encara que sigui només per no avorrir-te, perquè, si no, no estaries a gust. Si estàs fent un partit durant molt temps és per penjar-se. Com quan fas una campanya electoral. A les últimes municipals només ens va passar una mica el mateix: som quatre redactors i no podíem anar a cobrir els actes del Bosch, de la Colau, del Trias, del Fernández Díaz,... I, a més, és avorrit perquè estan fent coses molt de Barcelona, molt de municipi. Llavors vam dir, cada dia apostem per un tema i el nodrim. Si jo m'he de llegir una sola notícia al dia, quina seria? Aquesta. Són tècniques que intentes desenvolupar per la necessitat. Si fóssim 20 persones un altre cop, potser no hauríem arribat a aquest punt. És veritat que la pressió de les retallades ha ajudat a canviar coses. No dic que sigui bo però de tot el dolent. Ens hem adaptat i de tot el que és dolent, treus coses positives. En el fons, ara ens hem adaptat a això però podríem fer moltes més històries o fer-les en vídeo. Perquè no podem fer una cosa més currada, amb més gent? Si ja hem trobat una manera de fer un nou periodisme en el sentit de connectar més amb la gent i no quedar-nos amb la declaració i fer que la política no sigui tan avorrida. Perquè no posem recursos per millorar-la i donar tota l'energia que podríem tenir?

P: Això també passa a la redacció de Madrid?

R: A la delegació de Madrid són més gent i no estan tan integrats. Això que fem aquí que el redactor de política envia la crònica per web i nosaltres tenim la tele i anem

veient si hi ha algun tema important i llavors jo aviso a Madrid o faig una peça per web, tot i que entra normalment abans el teletip d'agència. No competim amb les agències. Perquè has de renunciar a l'avantatge que tens tu de veure un teletip si així pots realment donar la informació abans al lector. Al final, una cosa que no podem perdre de vista és que treballem pel lector. 'Le hemos de gustar, debemos ser los más guapos, los más rápidos, los más interesantes'. Això ha de ser una obsessió. L'obsessió és aquesta. Tot ha d'estar centrat en això.

Si el redactor de política va a un consell executiu a vegades canviem el títol, a vegades arriba abans el teletip d'agència que la crònica del redactor. Llavors poses el teletip a la web i quan arriba la crònica del redactor, que a vegades és 10 minuts després, i llavors l'actualitzem després. Passa també que el redactor només es centra en un tema i el teletip és més extens, i llavors posem un ladillo i diem el què ha dit segons Efe o Europa Press. Això és un sistema que és la integració i que a Madrid no tothom ho fa. Em consta que estan fent un esforç per la por a les retallades... però nosaltres ho fem des de fa anys.

Després hi ha el tema del bolcat de continguts... els continguts gratis. Temps enrere, els continguts no es bolcaven, la web va arribar a ser de pagament! I ara quan tens un tema propi ho has de bolcar a la nit a la web. Això ho fem nosaltres, a vegades ens ha passat que amb els veterans de Madrid algun tema molt concret que es despisten, no ho fan... Aquí som més joves i ens hem posat les piles, i algú ho ha de fer... I la nit es converteix en un drama, a les 11 de la nit bolcant continguts, i dius jo quan me'n vaig a casa? A quina hora començaré demà?

Crec que això acabarà petant, perquè no té sentit. Al final cremes la gent. Ells et diran si marxa la gent ja en fitxarem de nova, perquè que hi ha molts periodistes que volen entrar al mercat. Però hi ha coses que un periodista nou no ha estat mai en contacte amb antigues maneres de treballar....no... es perd alguna cosa amb aquest recorregut. Si no es fa bé l'equilibri... Estem intentant fer una llet semidesnatada però com ens passem sortirà aigua. Perquè no s'està fent bé l'emulsió.

P: Quin percentatge de producció pròpia teniu?

R: Tota la que tenim la posem, però depèn dels dies. Els caps de setmana que no hi ha agenda... Aquesta és una altra, les agències abans els caps de setmana facilitaven molta

informació i ara no. Això implica que tu has de fer els temes propis pel cap de setmana. Això és un sobre esforç respecte al dia a dia. Per exemple aquest cap de setmana que només teníem dos temes de política, la resta tot van ser temes propis. Ara ens hem quedat sense nevera. Tots els temes de dilluns, a part de l'obertura, eren temes propis i tots amb molt bon resultat. Un per exemple era d'una parella que va destapar un frau milionari amb les residències geriàtriques i ara estan a punt de ser desnonats. Ha estat un èxit de visites. És un gran mèrit poder un tema propi, bé, currat... Amb més recursos hauríem pogut ser un vídeo, però al final és que no arribes a tot. Si tinguéssim més gent hauria sigut encara millor.

P: Si pel que dius doneu importància als continguts propis i a diferenciar-vos en l'estil, i busqueu noves narratives, creus que podríeu adoptar la metodologia del periodisme literari?

R: A veure... Nosaltres no ens quedem amb la declaració, busquem que els temes que tinguin un ganxo. Sobretot al diari. Sempre li dic als becaris: "Fixa't molt amb els detalls i imita com ho fan els altres. Busca el que més s'acosta a la teva manera de fer".

L'últim becari que vaig tenir em va dir que li agradaven molt els temes socials, i els dos o tres actes que em va cobrir, quan va tornar la peça era impecable gramaticalment, sintàcticament, si fos una nota de premsa seria perfecte. Però no vull publicar-ho així! Llavors els hi deixo temps perquè li donin una volta, ni que sigui, canviar els paràgrafs de lloc i que es fixin amb el que fan els altres. Hi ha qui és molt poeta...

Amb política, per buscar noves narratives i no quedar-te amb la declaració, cadascú ho fa a la seva manera. Hi ha qui fa metàfores, síntesis, o entra "a saco" o metàfores. Per exemple, un dels redactors que tenim fa històries molt com "o sea de lo dicho nada", el lead no es "Ada Colau ha dicho" o "Ada Colau ha prometido", és "pam". És buscar la fórmula. Llavors, són més híbrids els articles i a vegades es confon la notícia pura, que hem estudiat a la facultat amb la crònica i l'anàlisi.

Per exemple. Un exemple clar de com intentar vendre un tema de política. De diumenge per dilluns no teníem temes per obrir. Hi havia la declaració de l'Homs el dilluns. Nosaltres vam veure uns tuits de l'Artur Mas i el Jordi Sánchez demanant que la gent donés suport. I vam començar a pensar, i aquesta és la clau, pensar! I vam dir i si demà no hi va gent? Llavors ens vam plantejar: "I si en lloc de dir 'Homs declara demà' anem

més enllà i diem 'La declaració d'Homs posarà a prova el procés'", no és el mateix que hi vagin 10 que 200 persones. Al final ho vam vendre a Madrid. Si els hagués dit que només era una prèvia m'haguessin dit que ho poses a web i ja està. Però els vaig dir: anem a fer una anàlisi sobre l'acceptació popular del procés aprofitant que hi ha una pausa a Madrid després de la investidura. Jo li vaig dir anàlisi, "llámale H", al final és una peça informativa, no estàs opinant, el que fas és dir: "hi ha això, això i això, què passarà?" i hi poses una mica de misteri i tira. I realment va tirar molt a la web, Madrid la va comprar, va sortir a l'edició nacional, vam tirar endavant una peça que sinó hagués estat avorrida i no hauria aportat gaire cosa. La reflexió que farà el lector serà diferent que si hagués llegit que era un pur tràmit. Aquesta declaració no tenia cap valor judicial perquè ell ha d'anar al Suprem igual però són maneres d'abordar la informació política diferents.

P: Els gèneres estan molt barrejats, llavors?

R: Estan molt fusionats. Amb l'entrevista és on hi ha hagut més canvis. Hi ha entrevistes que s'han convertit en perfils. Un perfil abans era explicar com és algú, ara per a fer un perfil parles amb ell i acabes introduint coses i amb l'entrevista al revés. Has parlat amb ell però acabes introduint coses que són més pròpies d'un perfil. Són maneres d'intentar atraure al lector. Si vols arribar al màxim de lectors has de buscar fórmules. Nosaltres vam començar a aplicar en unes eleccions un model que n'hi diem híbrid d'entrevistes, no és un model habitual: comences fent pregunta resposta amb guió i afegeixes tres paràgrafs explicats amb cometes. Per exemple:

"-President, ¿cuándo declarará la independencia?

-Si todo va bien en 16 meses pero no quiero ceñirme a una fecha porque la gente ha de decir lo suyo.

-O sea que no puede precisar cuando declarará la independencia?

-La independencia es la voluntad del pueblo, el pueblo dirá.

Puigdemont se saca las gafas en ese momento mientras revisa unas notas. Esta pregunta sobre cuando será el proceso de independencia es una de las que más ha tensado su relación con la CUP. "Usted cree que la CUP puede restarle apoyos sino concreta la

fecha?". Puigdemont tarda unos segundos en contestar. "Nosotros no tenemos que gobernar pensando solo en la CUP, sino en lo que quiere la gente".

És a dir, és mesclar entrevista de guió amb paràgrafs amb introspecció, però amb preguntes resposta incloses. Això nosaltres. Recordo que ens van fer fer una entrevista així fa anys amb el Robles, un dels primers diputats de Ciutadans, la primera vegada que va entrar Ciutadans, i el director la volia així. I ens va costar molt de fer perquè no estem acostumats a aquest xip però queden molt xules; i, després, s'ha repetit en algun cas, alguna vegada l'hem vista.

P: Per tant, tornant al periodisme literari, jo m'he plantejat és que la reformulació de la professió passarà per implementar anirà una mica per aquí i intentar fer menys però millor...

R: Si ho estem fent. Una de les coses que va amb consonància amb això és el canvi de la portadeta, l'última portada web que vam fer, que ja fa dos, tres mesos que està feta, és una portada que té un problema. No entra tot el que vols, perquè és molt difícil entrar, té una maquetació, un disseny tan estrany que necessites tenir foto i vídeo per competir amb els temes que hi ha i t'obliga a reduir el número de temes importants que van a portada. Abans entraven molts temes a la portada, tu anaves a la portada i ho veies tot; ara n'entren molts menys. Quan una notícia nostra que està a la portadeta catalana va a la de Madrid es dispara el tràfic, perquè hi ha molta més gent veient-la. Aquest canvi va en consonància al fet que no calgui actualitzar tant la web. Quan dic actualitzar no vol dir que no tinguis l'última notícia, sinó que es tria més el que és important del que no i es fa una selecció.

Un altre tema és què és el que es considera important o no, perquè la viralitat amb la nova opinió, pesa massa i els temes, les coses gracioses i que poden tenir ganxo encara entren en massa. Però sí que hi ha un esforç de no tenir redactors traient el fetge bolcant notícies de manera massa ràpida, perquè cap lector pot digerir tanta informació. És molt millor acostar quatre temes dignes.

Amb el paper, *La Razón* crec que té, per obligació, per sistemes de maqueta, set planes o vuit planes cada dia a Catalunya per omplir, això és una **merda** en el sentit que t'obliga a omplir-les tant si tens temes com si no, això obliga a vegades a fer històries molt xiclet, posar declaracions que segurament no posaries, etc.; aquest és un problema

al qual s'han d'enfrontar els redactors i els caps d'allà que diuen "ostres he d'omplir vuit planes i no en puc omplir nou tampoc". En el nostre cas, jo puc anar un dia a 3 planes si no tinc res i puc anar 8 o 9, si tinc temes, no diré infinites perquè també tinc un límit, però puc jugar molt més amb el que crec que és important o no. Més enllà de que jo pensi que el normal és tenir 4-5 planes a Catalunya, hi ha dies que si de política no han dit res, no porto una plana de política i prefereixo que el redactor es prepari un tema d'un llibre que s'està llegint del Manuel Melian Mestre i que m'ho faci per d'aquí a dos dies. I no fem res, no cal, no és omplir per omplir. Si, objectivament, jo al migdia veig honestament que no hi ha cap novetat en política, per què he de posar les decles de torn, encara que sigui disfressat? Aposto per un altre tema. I al revés, per què no fem una història resum d'alguna cosa, ben explicat, amb un bon enfocament, amb ganxo... però una història, no fem un trossejat perquè tothom hi càpiga, perquè no deixis ningú fora. No, no, què vol dir no deixar a ningú fora? L'espai te l'has de guanyar. "No has dicho nada, no ha pasado nada? Pues no hay tema." No has de ser esclau de l'actualització contínua de la política. Perquè els frikis de la política ja arribaran a la informació a través de les webs, de *Twitter* perquè ja estaran molt interessats. Tu has d'anar a un lector més ampli, més generalista i aquest el que vol saber és què ha passat a Catalunya. Si a Catalunya no ha passat res en política, avui no hi ha política. Aquest és un exercici que hem de fer. El lector no vol política si no li aporta alguna cosa diferent. Almenys el nostre lector, potser el de l'*Ara* o el de l'*Avui* està més polititzat, el nostre està fart, vol política però no donar-li voltes al mateix. Dóna-li un enfocament nou o no li donis res més perquè l'acabaràs **petant**. I hi ha altres coses molt interessants que estan passant i no tenen espai perquè queden tapades. I no tenen perquè ser polítiques.

Sí que és veritat que l'estil pot canviar, però sobretot jo crec que canvia més que l'estil purament de la lletra de la crònica que sí que és veritat que es fusionen, és l'abordatge de la política com a una forma d'accedir al lector d'una manera més fresca, amb més ganxo i que agafi molt ventall de gent, des dels més joves als més grans. Hem de buscar una cosa generalista, però que pugui encaixar.

I pensar sobretot en gent, intentar no relacionar-nos tant amb periodistes, perquè penses que si tots som periodistes, tots estem molt polititzats i al final la senyora que t'està venent el pa i compra *El Mundo* no li interessa això que li estàs explicant de la política. Hi ha una política que et pot arribar, si la gent va sortir al carrer quan va sortir a les manifestacions va ser perquè realment hi havia un interès, però què és el que volen o

què és el que interessa o què no interessa? I la gent que no va sortir per què no va sortir? S'ha d'intentar fer una mica aquesta reflexió: tots són susceptibles d'anar al quiosc i pagar per comprar un diari, què volen trobar allà? En això, si estàs tot el dia bolcant teletips no tens temps de pensar-hi. Has de parar i pensar i això no ho farem amb retallades. És molt més difícil implementar qualsevol cosa.

P: Amb aquest moment de crisi us podeu reinventar?

R: Sí. La crisi t'obliga a adaptar-te però has de mantenir un punt de rebel·lia. Una cosa és l'adaptació i l'altra és la resignació. Adapta't al nou model però no et resignis a perdre coses de l'antic. Entenem que això sigui una mica com una “operació fuelle” i ara aquí ens hem hagut d'estrenyer però podem tornar-nos a obrir una mica i ampliar. Perquè sinó serà una pena.

No anem bé, i mira que la gent s'informa més que mai. El problema és la monetització de les coses, perquè si no tens un retorn que es pugui quantificar, tot es vol quantificar però hi ha un munt de coses al periodisme que no es poden quantificar. El periodisme no és una feina que es pugui quantificar el retorn del què fas, perquè hi ha un intangible, per una banda, hi ha la part social del que estàs fent i això no es pot oblidar, som empreses tots, públiques o privades, és una feina que no és vendre croissants amb tot el respecte pel què ven croissants. Llavors suposo que trobar la manera de fer diners d'això, per una banda i de valorar l'efecte que no són diners que implica, des d'estabilitat, d'anar a una població informada, de tenir uns canals per comunicar-te amb ells, etc. Hi ha una sèrie d'elements extra que són importants i no es tenen en compte. La informació política ha de servir per orientar la gent o per fer-la pensar. Si no hi ha mitjans, insisteixo, la gent diu "Tinc *Twitter* i *Facebook*", però què t'arriba via *Facebook* i via *Twitter*? Ho has de seleccionar tu. Nosaltres som uns intermediaris, no hem de vomitar-ho tot, fins i tot una agència que ha de cobrir-ho tot també fa una tria i decideix com s'explica i posa un context. Si t'arriba la informació en brut, ningú, ni un periodista, pot treballar bé. Necessites més eines. Un senyor o una senyora qualsevol a *Facebook* directament una nota te la pot “colar”. Et poden crear un estat d'opinió que no és el correcte. En aquest sentit, Hi ha un problema amb el fet que no es respectin més els mitjans professionals que tenen una estructura i són empreses periodístiques. Siguin web o paper. Però si no fem un sistema de pagament per notícies...

P: Molts teòrics diuen que s'acabarà monetitzant...

R: Hi va haver una època, que ara està un altre cop aturada, que tothom estava esperant a veure qui era el primer mitjà que posaria el *paywall*. Es deia que seria l'*Ara*. L'*Ara* té el terme mig. Per exemple, jo estic subscripta al *New York Times*, jo en sóc subscriptora, i tens deu o dotze notícies al mes i jo rarament em miro més de deu notícies al mes al *New York Times*. Perquè al final, sí, les vaig mirant i però a vegades és un titular i una arrancada, no cal llegir-ho sencer i a vegades estic quatre dies sense mirar-lo i després potser sí que en miro quatre, però rarament m'ho passo. Llavors dius "per què m'he de subscriure?". Al final subscriure's es converteix en un acte d'altruisme, però això ho fem quatre, no la població en general no paga per un servei, mira el *Netflix*, la gent s'hi ha apuntat últimament perquè és mig gratis.

També és veritat que molt sovint s'oblida que els mitjans de comunicació no van néixer per a fer negoci, van néixer per influir. O sigui a darrere dels primers mitjans de comunicació hi havia l'interès de magnats del moment no de fer diners sinó de tenir una influència o amb una actitud una mica altruista. No hi havia la intenció de fer diners. Els interessos originals eren uns altres, després s'ha anat convertint en un tema monetari. Però potser s'ha de recuperar aquell sentit. L'administració hauria de fer alguna cosa en aquest sentit, protegir d'alguna manera. Es compara la crisi del periodisme amb la crisi dels "astilleros", clar un cop van deixar de fer vaixells... clar, és que aquest és el problema que això no és una indústria com la dels "astilleros". No ho sé, a veure si canvia.

Entrevista amb Joan Rusiñol, cap de la secció de política de l'Ara

P: Quina rutina seguïu a l'hora de fer una notícia?

R: Depèn de la notícia, les notícies ens arriben per diferents formes possibles que s'han diversificat molt en els últims anys. Intentem treballar amb fonts pròpies, a vegades que no podem identificar públicament, en el cas del partits, cadascú té el seu àmbit d'actuació: les fonts més habituals i interessants són les fonts pròpies que has cultivat tu i que et passen notícies. Després tenim les agències i actes públics.

Un cop tenim això, intentem passar uns quants filtres, condicionats per la immediatesa. Nosaltres aquí treballem amb un doble xip. A la web, que ens fa treballar com si fóssim una agència, intentem anar ràpid, però fer-ho el millor que puguem. I l'altre és pensar amb el format paper, tenim el doble barret i les rutines són diferents a un lloc i a un altre. És a dir, depèn de si la notícia va per la web o si la dosifiquem a la web i l'ampliem al paper. És a dir que, en aquest sentit, les rutines ens compliquen una mica la vida perquè, en el fons, treballem per dos mitjans, que són dos formats i, sovint, dos lectors diferents.

I a partir d'aquí, doncs, els filtres habituals de treballar: el redactor m'ho explica a mi i entre els dos intentem construir la notícia, pensem un enfocament, busquem el titular i li donem el format que sigui millor pel lector

P: És diferent l'estil que feu servir en web i paper?

R: Sí, depèn de les notícies. Però últimament a la narrativa de la web li donem moltes voltes, perquè és un món molt canviant, el paper no canvia tant però en el tema digital veiem que la gent llegeix a través de dispositius mòbils i no tant en tablet, que semblava que havia de ser la gran aposta, o un altre tipus de lector que utilitza l'ordinador de taula. Hem d'ajustar les narratives als nous dispositius: hem de ser breus, concisos, hem de pensar que algú ha de llegir aquella notícia entre parada i parada de metro, en dos paràgrafs que han d'estar molt ben escrits, amb la informació concisa, necessària. Aquí hi ha un esforç de reciclatge important.

Al paper fem temes de més profunditat i donem un valor afegit en deferència a la persona que va a comprar el diari en paper. Ara hem canviat el model des de l'octubre, i ara gairebé tot a la web és de pagament. Els dos suports tendeixen més a assemblar-se:

pots trobar peces més de fons, més reportatges, a la web perquè gairebé és tot de pagament.

P: El Paywall s'imposarà?

R: Al final, els mitjans estem improvisant, ningú sap quin és el model bo. Aquí has de combinar un servei públic en un negoci que ha de ser rendible. Per tant, tots estem experimentant formats, narratives, models, ajustant-se a la demanda, descobrint què vol el lector. El paywall està funcionant molt bé, no hi ha hagut una caiguda en picat de lectors, sinó que hem fidelitzat molta gent i això és l'important. En el fons, el paywall el que permet és crear una comunitat, no només una relació de periodistes-lectors, sinó crear una comunitat amb un imaginari, amb una visió del món compartida; no ets només lector de l'*Ara* sinó que ets de l'*Ara*, formes part de l'*Ara*. Si fem una promoció d'un disc de Manel, molts lectors hi estaran interessats. Els suplementes de Criatures, de Mestres... Això amb el paywall pots aconseguir la fidelització del lector a partir del sentiment que formen part d'un tot. S'ha d'anar creant aquesta mena d'espai compartits, d'imaginari col·lectius... oferint un producte de qualitat com a base.

P: Quin és el % de producte propi?

R: Doncs, no t'ho sabia dir. Però el fet de fer et el *paywall* ens fa tendir a fer cada cop més producte propi, perquè ets conscient que has d'oferir a la gent que paga productes propis, de qualitat i elaborats. Per tant, tendim a minimitzar el que és d'agència i a donar més importància als continguts propis. Per tant, la tendència és aquesta. No et sabia dir el tant per cent exacte.

P: Però seria un percentatge alt? Perquè a moltes pàgines web, la majoria de contingut prové de les agències.

R: Sí. El que ha passat amb les agències és que han passat de ser un producte que llegíem els periodistes i fèiem servir com a eina per a produir informació i, després, amb l'eclosió dels digitals, les agències havien de fer productes per poder-los penjar directament als digitals. I ara, tornem, en el nostre cas, al cos inicial, és a dir, fem servir el teletip per veure tres o quatre coses, però fas les teves trucades i elabores la informació amb valor afegit. En certa manera estem tornant a l'inici de la funció original dels teletips, que és de consum propi nostre per després elaborar una informació amb valor afegit. A més s'ha establert una competència molt gran entre agències que fa que

potser no es comprovi del tot bé. Hi ha aquesta urgència de ser el primer, als digitals també ens passa però... hi ha casos com els de la Muriel en els que tota la professió hauria de reflexionar d'on ens porta la immediatesa.

P: Canviant de tema, es calmarà la immediatesa i es podrà pausar una mica la informació per a poder elaborar-la millor?

R: Hem d'aprendre a conviure amb la immediatesa. El que crec que es difuminen són els termes mitjos: hem d'aprendre a conviure amb la immediatesa perquè estem en un món competitiu i quan algú té una notícia és inevitable que es faci viral i, per tant, has d'intentar tu ser el primer. Però, també és cert que la gent el que vol, cada cop més, és, a part de la immediatesa, peces amb que tu donis claus, que expliquis el perquè, que ajudis a entendre. Com que estem tan sobreinformat, hi ha molta necessitat que algú digui: "Això què significa?".

En canvi, el que queda molt difuminat, per tant, és el terme mig: la notícia estricta, que no ets ni el primer a donar-la, ni l'expliques molt bé. Aquest terme mig, que habitualment fèiem els diaris, allò de "ahir va passar no se què", perd sentit. El que hem de fer els diaris en el format paper i en el format digital de versions llargues és donar les claus, ajudar a entendre, buscar analistes. Ho dic des de l'experiència, és a dir, les peces que fas aquí de "10 claus de..." o peces que el titular amb una pregunta de "Perquè passa X?" funcionen molt bé.

A vegades tenim prejudicis els propis periodistes. No, escolta fem una pausa i intentem explicar-nos perquè passa això i a la gent li interessa. Sentim parlar de l'ISIS constantment, a vegades fer una peça amb el mapa explicant on està exactament, com està la situació, funciona molt bé. La gent té la necessitat d'estar molt informats, molt ràpidament del que passa, i, alhora, de poder-se parar i entendre els contextos, els perquès...

P: I amb el paywall, hi pots apostar més per aquestes narratives?

R: El paywall et permet pensar en el "tio" del metro a les vuit del matí i que té dues parades per llegir tres o quatre coses, però també has de pensar en la gent que paga i quan arriba a casa i es posa al sofà, pot llegir allò que ha fet un *like* al matí perquè li ha agradat però no s'ha llegit, perquè no ha tingut temps a fer-ho: al matí ha sigut el primer a saber que l'ISIS ha conquerit una ciutat i al vespre vol saber què significa la presa

d'aquesta ciutat, situar-ho al mapa, quines altres ciutats han caigut... etc. Aquesta és la doble funció. Ara, això té dobles consideracions: al final el periodista ha de ser un expert, molt ràpid, un tot terreny i un Superman... i això no és fàcil perquè de vegades no està ben pagat, no té prou temps, té vida fora de la feina, etc.

P: Llavors, creus que es pot inserir la metodologia del periodisme literari en les seccions de política dels diaris?

R: Sí. És possible i hauria de ser possible, i tenim una assignatura pendent els periodistes polítics amb això. No ens hem cregut gaire que hi havia possibilitat de buscar altres narratives i aproximacions. Potser no ens ho hem cregut prou o no hem tingut la oportunitat de fer-ho. Perquè amb la immediatesa, els que més ho hem notat som els periodistes polítics, perquè que ser el primer o ser el segon, canvia molt. Segurament, en el periodisme cultural no hi ha tant de marge per a fer exclusives i et pots centrar més en el com. Nosaltres hem d'estar més pendents del què i del quan.

Però crec que és una assignatura pendent i que hi ha marge, per exemple, amb el tema dels perfils. Un mitjà com *El Español* feia alguns perfils molt treballats, és una peça no lligada a la immediatesa, que un dia t'explica qui és aquella persona i això et permet fer exercicis de periodisme literari molt interessants. O reportatges, etc. Hem de tenir marge i experimentar amb nous formats. Però es fa poc, sí.

P: Més en el paper que en la web?

R: No crec que sigui un tema de suport, crec que és pot fer a tot arreu. De fet la web és infinita, hi pots posar links, vídeos, pots enriquir-lo. Podríem jugar amb les noves tecnologies i amb tot el que ajudi a enriquir el text. El món digital ens dóna moltes oportunitats. El món digital és un bon suport. Però ho pots fer també amb el paper! No és una qüestió de suports, sinó de pensar-hi, de fer-ho, d'intentar-ho, i, a vegades, de risc. També és veritat que les empreses... L'Ara és bastant arriscat, hi ha marge per fer coses estranyes: hem fet diaris tunejats, hem fet coses que a vegades hem dir "Ai, mare de Déu, a veure si això la gent ho entendre!" Però és veritat que a vegades has de trobar la possibilitat d'arriscar-te i dir, provem-ho a veure si funciona, i si no, doncs, no ho farem més. Però, això no és prou... tots plegats som una mica massa conservadors.

P: Creus que d'aquesta manera el públic s'interessaria més pel periodisme polític si s'inserís aquesta metodologia i s'allunyés del típic periodisme de declaració i contradeclaració?

R: El lector de periodisme polític busca molt la immediatesa i el perquè cada cop més. En el cas de Catalunya, vivim hiperpolititzats. Es parla de política a tot arreu. Com que ja tenim molta informació, s'agraeixen molt les peces explicatives. Funcionen molt les peces històriques, perquè surts una mica del focus i a partir del passat ajudes a entendre què passa avui. Fa poc vam fer un reportatge sobre la Caputxinada, molt interessant i va funcionar súper bé, perquè et permet entendre d'on venim i en una ciutat com la nostra, en què la memòria s'ha esborrat intencionadament, ho hem d'anar recuperant perquè és un deure moral gairebé.

En general, quan fem coses arriscades i sortim del guió, sempre des de la qualitat i la “rigurositat”, quan sortim del carril, la gent ho agraeix, és més una qüestió d'autocensura nostra, d'una certa mandra, de cansament. El dia a dia se't menja tant i després no tens temps per fer coses innovadores. O és que hi ha una prioritat i l'urgent acaba prenent el lloc al necessari. Això ens passa molt als diaris. Hi ha temes que no estan tan lligats amb el dia a dia i van saltant d'una setmana a una altra perquè ningú té temps de fer-los. Això ens passa... I en els formats jo crec que podríem experimentar, ara, amb això també necessites recursos, una professió ben pagada, amb gent, que és el contrari del que tenim.

P: El problema és de mitjans i no d'intencions, llavors?

R: Sí. És ben bé això. Perquè de gent creativa n'hi ha molta. En el cas de l'Ara, és més una qüestió de temps que res més, perquè de suport, sempre que plantegem una idea creativa, el diari ho veu bé. L'intentar anar a l'avantguarda, una mica més enllà, aquí sempre s'ha recolzat. A vegades, és més una qüestió de tenir temps per pensar, per seure i dir com podríem fer les coses d'una altra manera. Entre altres coses perquè aquest últim mig any ha sigut com un huracà i només podies estar pendent del dia a dia i poca cosa més.

P: Aposteu per les cròniques de situació?

R: Al principi teníem contracrònica, ara, en diem crònica, senzillament; el que passa és que això no ho fan els periodistes de la secció, sinó persones amb un cert talent literari

especial que els enviem a llocs concrets a fer cròniques que permetin veure les coses des d'un altre punt de vista, amb un punt més de sentit de l'humor, d'ironia, que permetin fer una altra aproximació als fets.

P: Aquestes cròniques tendeixen a assemblar-se a una columna d'opinió o més a les cròniques narratives?

R: Això depèn de la persona a qui envies. Tots som una mica presoners del nostre estil. A mi una de les coses que crec que funciona molt bé i que m'agrada promocionar és la interpretació. Separar la barrera entre opinió -que ha de tenir poc espai a la secció- i la interpretació i l'anàlisi. Quan envies algú a fer una crònica o una contra crònica, l'envies perquè saps que tindrà una mirada diferent a la que podries tenir tu o qualsevol persona del carrer. Per tant, hi ha d'haver aquest punt d'interpretació que t'expliqui que aquest senyor està dient això però fa dos anys va dir exactament el contrari. Hi ha aquest valor afegit.

La crònica ha de tenir la interpretació, hem de poder comptar amb gent que sàpiga de què parla, i que pugui aportar un plus a la crònica. Però no perquè s'ho mira d'una altra manera sinó perquè en sap més que tu. És això: m'ajuda a entendre, a mirar-ho amb uns altres ulls o em dona les claus de perquè és interessant aquest acte, i perquè el que avui pensàvem que seria el protagonista, no té cap interès i un personatge secundari ha agafat molta embranzida.

P: Funcionen bé aquests tipus de peces?

R: Sí. Sí. Aquest tipus de peces funciona molt bé. Insisteixo: el que funciona és la immediatesa, quan ets el primer a treure una bona notícia, també hi ha risc d'equivocar-se, i funcionen molt bé les peces de fons, que aporten un valor afegit. Quan fas una peça d'un acte públic en què hi hem sigut tots i que s'ha de donar perquè sinó no s'entendria, tampoc no podem ser marciàns... Si ahir declarava un testimoni clau al judici del cas Nóos, avui s'ha d'explicar, tot i que la peça tindrà poc recorregut avui perquè és una cosa que haurà llegit tothom a tot arreu i que pots aportar poquet perquè t'has de limitar al què ha dit el senyor a la declaració. Aquest territori intermedi, les zones tèbies, alguna cosa que ja ha donat tothom, és el que funciona pitjor, però no en pots prescindir.

P: Creus que la crisi general i la crisi de la premsa i el paper farà que la professió surti més innovadora?

R: Segur, però hauria sigut ideal que això ho haguéssim pogut fer sense crisi. Al final és allò que hem de fer de la necessitat, virtut... Sense crisi també hauríem pogut innovar, i hauríem viscut més bé. Però, sí que és veritat que han sortit nous models i formats com ara *eldiario.es* que sense la crisi, sinó hagués tancat *Público*, no s'hagués format. I avui és un model rendible econòmicament i que treu exclusives. L'*Ara* sense un context de crisi potser hagués nascut d'una altra manera, en canvi va néixer molt ajustat a les necessitats reals del moment, tenint en compte que havia de pilotar sobre la web, amb nous formats, creant aquesta idea que et deia de comunitat, intentant buscar una relació diferent amb la gent que et llegeix, amb qui tens un deute de servei públic com diu el nostre manifest fundacional que intentem tenir present cada dia. Neix en un context determinat.

Això t'obliga a buscar noves narratives, a replantejar-te coses, a pensar si ho estàs fent prou bé a mirar cada dia què ha funcionat i què no ha funcionat. Tot i que a vegades també pot ser una mena de tirania això de mirar què és el més vist: hi ha coses que no són les més vistes i s'han de fer. Tot i així, el lector et dóna moltes pistes i quan fas un tema bo, ben fet, amb fonts, ben escrit, et diria que el 90% de les vegades el lector t'ho agraeix, perquè el lector és molt exigent i sap molt bé què busca.

P: Quina és la diferència d'ingressos entre publicitat i subscriptors ara mateix?

R: No m'atreveixo a dir-ho perquè no sé com són els comptes.

P: Perquè quan tens subscriptors tens el coixí de gent que et permet innovar com deies...

R: Clar, jo, com a model, i això és una opinió personal, l'ideal seria viure només dels subscriptors: ets més lliure i et deus a la gent que et llegeix i, per tant, fas allò que interessa al teu client. Ara, al final, una empresa periodística viu de tres coses: els subscriptors, de la publicitat i de les subvencions públiques i és molt difícil escapar d'aquest esquema.

P: Veuries en el futur l'arribada d'un diari públic?

R: Si hi ha demanda social, per què no? Però no crec que sigui una prioritat. Ara públicament amb la tele, la ràdio i l'agència pública... i la corporació i la ràdio ja té la seva pàgina web. El problema és que la separació clàssica entre tele i ràdio és molt

efímer, a l'*Ara* tenim un plató i fem continguts digitals! Fa poc vam estar amb el Basses a Euskadi fent un reportatge i quan apareixíem amb la càmera la gent ens deia "no entenem res, però no sou un diari?" Sí, clar, a més de sortir el reportatge hi haurà vídeos... etc. Cada cop tot està molt més... que ets un diari però alhora tens un plató de tele o potser una ràdio. Això ens obliga a dominar també el llenguatge televisiu, potser el de *La Vanguardia* ha d'anar a Rac 1, al final has d'estar preparat per dominar tots els llenguatges possibles, perquè estan molt barrejats i ja no pots dir "jo sóc un periodista de diari i només escric".

P: Com us organitzeu?

R: No tenim horaris, només hi ha una persona que entra una mica més d'hora, entrevistes de la ràdio, i aquest marxa a les quatre. La resta, moltes hores, cadascú s'ho munta com pot.

P: Sou d'anar al lloc dels fets?

R: Sí, nosaltres anem a les rodes de premsa però, alhora, nosaltres intentem anar més enllà. No voldria ser presumtuós però potser al diari li surt més a compte no anar-hi i a la tarda fer trucades a dirigents dels partits i intentar treure un títol propi i no oferir el missatge que vol donar el partit. Justament per anar una mica més enllà, anirem a la roda de premsa, però a la tarda farem trucades i el més interessant serà saber si s'han tirat els plats pel cap a la reunió i el portaveu ha dit que és una bassa d'oli.

Entrevista amb Albert Chillón, professor del departament de mitjans, comunicació i cultura, de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB

R: El periodisme literari, malauradament, té poc lloc, no dic cap lloc però sí poc lloc, al periodisme que podem anomenar convencional, el periodisme de cada dia, sobretot el d'actualitat noticiosa. Per diverses raons. Dir que tot el que no és periodisme d'agència és periodisme literari és no entendre què és el periodisme literari. El periodisme literari no és simplement periodisme més o menys ben escrit. Que el periodisme estigui ben escrit hauria de ser, dic hauria perquè no és, el *sine qua non* de qualsevol periodisme, també del convencional (amb les retallades brutals a les redaccions es nota molt que cada cop hi ha menys treball de revisió i d'edició i correcció de textos: últimament es colen unes errades brutals que revelen que no hi ha correcció, però això és una cosa apart). El periodisme literari no és periodisme convencional correctament ben escrit. El periodisme literari és un tipus de periodisme, definit no pel tema que tracta, sinó per la manera de cultivar la pràctica periodística, que recorre de manera deliberada a recursos d'escriptura i, també, a recursos d'ideació, és a dir, de comprensió de la realitat, manllevats de la tradició literària, en el sentit més ampli de la paraula. És un tipus de periodisme que és críptic amb el periodisme convencional, amb la insistència d'aquest periodisme en la redacció periodística formulària, és a dir, plena de fórmules i de clichés; i reivindica una escriptura i no una simple redacció, una escriptura periodística que té voluntat d'estil, té voluntat d'emparaular la realitat d'una manera complexa, no pedant. I, per tant, hi ha una reivindicació en aquest emparaulament complex de mirar la realitat amb la complexitat inherent a aquesta escriptura. És a dir, és una qüestió de recursos d'escriptura, de tècniques però també de mirada sobre la realitat.

El periodisme literari és un territori força ampli que té comarques a l'interior. Per exemple, jo estic en desacord amb el periodisme narratiu, per a mi hi ha altres formes de periodisme literari que no són narratives: són descriptives, conversacionals, argumentatives... Fa dos segles que hi ha periodisme narratiu.

Aquest país ampli del periodisme literari és molt atent a la capacitat de matisació que ens dona l'escriptura literària, literària no vol dir alambinada, no vol dir barroca, vol dir l'escriptura conscient de la seva capacitat de parla. Aquest tipus de periodisme es distingeix de seguida. Tu veus quan una peça, que pot ser curta, no cal que sigui llarga, està escrita amb aquest tipus de periodisme literari, que és massa poc freqüent, és

especialment poc freqüent en àrees com economia i política, una mica més freqüent a societat i a cultura.

Ho veus, a vegades, en gèneres com ara la crònica. La crònica que històricament és un gènere que permet més aquest conreu relativament lliure, ha estat el format o el recipient on sovint ha anat a parar l'escassa creativitat que es detecta del periodisme convencional. Si agafes un diari amb sort trobes textos correctament escrits. A vegades trobes un text escrits amb nervi, amb una prosa que aixeca el vol, que dius “aquí hi ha un escriptor”, és un periodista però escriu amb això que en diuen a França de la voluntat d'estil. Això és el que segurament a tu t'agrada quan acabes una crònica política... d'un home que no fa estrictament periodisme literari però que és un bon cronista, com l'Enric Juliana que seria un exemple. El Juliana no va com un periodista qualsevol a una roda de premsa i pren notes, sinó que fa una crònica elaborada on veus que hi ha una mirada cultural contextualitzada. Pots estar o no d'acord amb ell però jo ara parlo d'una altra cosa. I sense ser un gran prosista, perquè no ho és, és un escriptor que sap escriure, hi ha una voluntat d'escriptura i no de simple redacció formulària.

P: Falta de talent o precarietat?

R: Hi ha diverses raons. Que hi hagi poc periodisme literari a l'àrea política o a l'àrea econòmica és deu a diverses causes o motius. Això ja era així abans de la gran crisi de la premsa que tenim ara, que està desmantellant els mitjans escrits pràcticament; ja era així. Hi ha raons de cultura professional dominant, el que podríem dir les ortodòxies i els límits que imposaven a la pràctica els periodistes, és a dir, un comentari molt habitual a les redaccions quan arriba un becari o un jove és “no facis literatura”. Alguns, jo els dic “instructors de periodisme de les facultats” perquè un professor no pot fer això, instructors d'aeròbic de les facultats, perquè n'hi ha també d'aquests, diuen “no facis literatura” i clar aleshores l'estudiant que té ganes que li ensenyin a escriure i a redactar es troba que des del primer curs li estant tallant les ales.

Hi ha un joc de prejudicis a la cultura professional ortodoxa, prejudicis per part de les direccions i per part, no de tots, però sí de força periodistes de batalla que consideren que el periodisme literari és una mariconada supèrflua. Jo crec que no entenen res perquè el periodisme literari no es dona només en forma de prosa costumista, la gran prosa que feia Larra, un grandíssim escriptor; ni en forma de columna tipus Millàs, sinó que el periodisme literari a les últimes dècades sobretot es dona amb reportatge de gran

qualitat, treball d'investigació i d'observació, de mirades sobre la realitat, d'entrevista en profunditat, etc. I, després, tot això, que és fruit de la indagació potent, a més a més escrit amb voluntat d'estil.

Però hi ha una mena d'estol de prejudicis sobre el periodisme literari que, d'altra banda, són també consonants amb un fenomen que es dóna molt a les redaccions i és lamentable, a les redaccions i a les facultats. No dic en aquesta sinó pràcticament a totes. I és que cada cop la figura del periodista que tenia una cultura o que, si més no, lluitava per tenir-la, aquest periodista que llegia Hemingway, Ibarra, Cervantes, Shakespeare; que anava al teatre; aquest periodista amb un cert biaix o accent humanista s'ha perdut moltíssim en favor de l'expert i l'especialista, que en sap molt de la borsa i fa comentaris sobre la borsa però no el treguis d'aquesta mena de finestró.

Aleshores, hi ha una pèrdua dins de la professió, però també, lamentablement, fomentada per les facultats, del periodista que, tingui o no una especialitat, perquè jo no critico que el periodista tingui una especialitat i a vegades és necessari que la tingui avui, però que a més d'aquesta especialitat tingui una cultura, és a dir, un periodista que sigui un lector seriós, una persona preocupada per entendre i comprendre. Parlo de les humanitats però també de les ciències socials. Això, no dic que s'hagi perdut del tot, però s'ha perdut bastant. I si no tu mira, si vas coneixent periodistes ja veus, ja un perfil una mica baix, què vols que et digui, ja gent molt simpàtica, però hi ha les excepcions, periodistes que dius *chapeau*, quin paio o quina paia, quin cap, que és culte o que s'esforça per ser-ho. Perquè la cultura, de fet, ningú no és massa culte, però culte és el que s'esforça per ser culte.

Jo crec que aquest és un factor important, consonant amb això a les facultats s'ha imposat un tipus de pedagogia del periodisme que és, com més va, t'ho diré en castellà, més "xata", és una manera "xata", de "vuelo gallináceo"; una pedagogia del periodisme força empobridora. A un periodisme jove cal fer-lo llegir Tolstoi i Flaubert, i Clarín, i Borges, i Kafka. Tot això és fonamental ja no només perquè el periodista aprengui plenament a redactar, és imprescindible per donar-li una visió complexa del món.

Hi ha altres factors, per exemple, què passa amb el periodisme literari, home, doncs és un tipus de periodisme demana un perfil de periodista culte, una persona que no sigui mandrosa, una persona que faci peces curtes o llargues, ha de treballar cada peça, és a dir, tu pots fer una peça de periodisme literari d'un full i mig, pots fer una crònica

d'aquestes de política, però, clar, això no es redacta com es redacta una notícia d'agència, això demana una duració, que el periodista es passi tota la tarda amb un sol text d'una pàgina i mitja. En una tarda, tal com van les rutines dels diaris ara, has de matar 3 o 4 coses cada tarda.

S'ha imposat, clar, potser jo et parlo de quan jo feria periodisme, perquè jo ara només faig opinió, jo no faig informació, però en feia d'informació; jo recordo que, a mi una cosa que em desagrada molt del periodisme, jo sóc mal periodista, perquè a mi les presses aquelles em descomposaven. Tot era un ritme, cadascú té el seu caràcter, jo tinc un ritme més lent i m'agrada pensar-me les coses, o sigui el ritme aquell, el desfici, arribar a la redacció i "escolta! Vés a entrevistar a no sé qui!". Clar, entrevistaves un escriptor i has d'improvisar preguntes i deies tonteries com "vostè per què escriu". Tot això, tota aquesta sensació que estàs fent saltirons sobre l'escuma de l'actualitat, que el periodista s'assabenta d'aquella manera d'allò que ha de tractar i, per tant, ha de recórrer a tòpics i estereotips i a prejudicis, en definitiva, això no és culpa del periodista, això té a veure amb la manera en què les empreses periodístiques, com diuen en el seu llenguatge, optimitzen les plantilles. Optimitzen les plantilles, redueixen... És una mica com passa en la medicina, la disminució del temps per pacient, doncs podríem dir que és una cosa semblant perquè és la disminució del temps per peça.

Llavors, clar, jo entenc que el periodista que li agradaria fer una peça ni que fos curta però ben escrita, com la fa? Amb quin temps? És a dir, si sovint, una cosa que té el periodisme literari és anar a veure o entrevistar la font *in situ*, si sovint des d'un despatxet tot va amb dues trucades i tenim el comunicat de premsa que ens arriba que ja està fet, la Danone ja ens envia la notícia gairebé feta; o potser fem dues trucades telefòniques "escolti'm, vostè ha dit tal i qual?". Això és un fenomen que va més enllà del periodisme literari, és a dir, això afecta la mateixa labor periodística *per se*. Jo valoro molt el periodisme convencional ben fet, el problema és que clar el propi periodisme convencional s'ha sotmès a unes pressions brutals. És el que t'he dit abans, jo ho noto perquè jo sóc lector de diaris de fa molts anys, a mi m'agrada llegir la premsa i no pot ser que hagin colat un text, un article d'opinió amb aquestes faltes de sintaxi, errades de sintaxi, falten preposicions, això vol dir que no hi ha un editor que s'ho hagi mirat i això és molt freqüent. Ho publiquen tal qual. Ara t'estic parlant dels diaris que, històricament, sempre hi havia el cap de secció que eren persones que sabien escriure i

es miraven els textos i els revisaven. Doncs això cada cop menys també. Això seria només una anècdota, si vols, però és multifactorial.

I després també hi ha una altra cosa que és uns prejudicis ideològics compartits per moltes empreses i directius i per una part, que jo trobo considerable dels propis professionals, uns prejudicis contra la literatura i el que en diuen periodisme literari. És a dir, la idea és que és una mena de periodisme superflu, de periodisme banal que sí embelleix les seccions, però que no afegeix, més enllà treu a la qualitat periodística pròpiament dita. I això és malentendre el que és el periodisme literari, el periodisme literari, i això m'agradaria que quedés clar si has de posar la meua opinió, no consisteix només a emprar recursos d'escriptura de procedència literària sinó que advoca amb molt d'èmfasi amb una manera de mirar la realitat, fins i tot, amb una manera de mirar els racons dels esdeveniments que la mirada periodística convencional deixa desatesos; o fins i tot amb una mirada a assumptes sencers que el periodisme convencional deixa desatesos també. Si tu mires els grans reporters literaris de les tres últimes dècades, dels anys seixanta cap aquí, a part de ser persones que escriuen molt bé, a part d'això aquesta gent estan tractant temes que la premsa professional o bé no ha tractat o bé els ha desatès o els ha minimitzat.

Llavors, és una qüestió també de mirada, del que se'n diu en "jerga" de comunicologia de tematització, què tematitza la mirada del periodista, què tria com a significatiu de la realitat. Aleshores jo que crec que això té a veure amb una deriva, que a mi no m'agrada, del periodisme cap al que podríem dir un periodisme caracteritzat per la combinació d'una banda de periodisme ortodox de nivell baix amb periodisme d'experts temàtics que tenen nivell en les seves àrees i però que no tenen ni competència a l'hora d'escriure ni una cultura pròpiament dita. S'està perdent la figura del periodista que, tingués o no una especialització, tenia amb una mirada omnicomprendiva. Tu agafes Vázquez Montalban, per exemple, i apart que era un tio que sabia escriure, era un home culte. Era una tio que relacionava això amb quatre coses interessants que obrien i il·luminaven el fet que ell hi era. Això es podria dir de la Montserrat Roig, també, per exemple, es pot dir del Manuel Vicent, de la Rosa Montero a la millor època... Però no es pot dir de molts periodistes, també gent seriosa, gent de la meua quinta, jo trobo que costa molt detectar periodistes que puguís admirar per la seva mirada, cultura, capacitat d'explicació i escriptura

P: L'única manera és canviar completament la manera com està pensat un mitjà i fer-ne un de nou que aposti purament pel periodisme literari, una plataforma nova que busqués un públic més concret, o aprofitant la crisi i la pèrdua de lectors i la necessitat d'aconseguir-ne es podria inserir el periodisme literari als mitjans convencionals.

R: El que passa és que això ja existeix des de fa moltes dècades és la presència del periodisme literari en marges, en racons del camp periodístic. El camp periodístic és molt ampli, en aquest camp periodístic general hi ha unes escletxes o unes àrees petites on hi ha periodisme literari: La *New Yorker*, *Esquire*, al món anglosaxó; la revista *Actuel*, a França; aquí també hem tingut coses, etc. I, després, hi ha hagut la presència del periodisme literari als marges dels mitjans convencionals, si agafes un diari com *La Vanguardia* o *El País* i hi ha alguns textos de tant en tant, sovint textos relegats a la perifèria del mitjà, a les seccions considerades més toves, al suplement dominical, pàgines de cultura... Ara, el que podríem dir, el que diuen els anglosaxons les *hard news*, les seccions de notícies dures, l'economia, la política, aquí el periodisme literari era vist com una cosa supèrflua. Aleshores, jo crec que estan proliferant revistes de periodisme literari al món hispà, o sigui a l'Amèrica Llatina, en castellà, interessants, i això és una cosa molt positiva.

Però, jo crec que el gran repte fora que una de les maneres de superar aquesta gran crisi del sector periodístic, un d'ells, no dic l'únic, fos la incorporació del periodisme literari, perquè davant d'Internet que fomenta una lectura ràpida i molt distreta. Jo esmorzo amb Internet, i penses, coi està canviant la meua manera de llegir els diaris per Internet, jo ja fa quatre anys que llegeixo amb la tauleta i clar la lectura cada cop és més en diagonal i distreta, vas agafant quatre coses i avall, ja està. Això també conspira en contra d'un tipus de lectura, una lectura més lenta que és la pròpia del periodisme literari o de l'escriptura en general. És a dir, la redacció formularia fomenta la lectura ràpida i distreta. Ara, el periodisme literari demana temps d'elaboració i demana més temps de lectura.

Aleshores, seria una gran cosa que els mitjans que vagin sortint de la crisi, siguin impresos o amb format digital, siguin mitjans que, justament per combatre la distracció i la fugacitat de la lectura, fomentin una lectura, no dic lenta però sí més lenta, més el paladejar l'escriptura i alhora el paladejar el desplegament de les idees i dels relats. Jo

crec que aquí hi hauria una de les claus del redreçament del periodisme per sortir del congost d'aquesta crisi que és com “un desfiladero angosto”, jo crec que seria una de les maneres. Però sóc escèptic, hi ha símptomes que això s'està fent però en mitjans massa marginals. De fet, sovint, la premsa digital està tan mal escrita com la premsa escrita, o pitjor escrita, perquè allà com que la gent penja “a bote pronto” les seves “parides”... Probablement, el periodisme literari continuarà amb una certa situació de relativa marginalitat, no dic completa però de marginalitat, i caldrà anar-la a buscar o bé en els mitjans propis que deies abans o bé en els grans mitjans en algunes seccions concretes.

P: A *La Vanguarda*, a la secció d'internacional, en la qual, fins fa poc, l'editor era el Plàcid Garcia Planas, sí que veies de tant en tant algunes cròniques, que sí que buscaven (Jordi Gàlves, Alcoverro), perquè suposo que ja s'ha creat un ecosistema propici...

R: A vegades el que passa és que un mitjà, sobretot els mitjans més grans, tenen periodistes que ja tenen una certa experiència i que ja són cultes i que tenen una llibertat d'actuació, que poden fer la crònica política a la seva manera, sense que cap redactor en cap amb prejudicis els digui... i això pot fomentar a vegades un clima d'equips de treball que sigui favorable. Per exemple, a *El País* hi ha un tio de la meua quinta que a mi m'agrada molt que fa coses breus amb molta gràcia, que és el Jacinto Antón, que escriu molt bé, però fixa't que estem donant exemples que d'alguna manera són excepcions, no és la regla, no és habitual als mitjans.

[...]És un fenomen sociocultural de fons, que afecta la manera com produïm i llegim els textos i té a veure amb la distracció que abans t'esmentava, és a dir, la pressa de la vida moderna amb la que vivim i la distracció perenne de l'atenció que tenim perjudica molt la capacitat d'escriure i de llegir textos de periodisme literari de tipus narratiu, o de tipus descriptiu, o de tipus argumentatiu (perquè tots són literaris); aquests textos demanen una elaboració. Tu pots trobar-te per exemple amb la paradoxa de ??? (0:48), és a dir, tu una peça magnífica de periodisme d'un tio o una tia que s'ho han currat, que han fet un treball d'indagació ben fet, d'observació i després han escrit de puta mare el text; però quan arriba a nosaltres amb l'actitud que portem, tampoc no te “n'enteres”, no paladeges el text, per tant, el text no completa la seva funció.

Jo crec que aquest és un aspecte molt important que afecta molt els periodistes, com afecta la ciutadania; jo crec que hi ha un empobriment de la lectura en general, ja no

només de periodisme, sinó de la lectura, és a dir, cada cop la lectura atenta i lenta s'està substituint pel que podríem anomenar, més que lectura, lletrejament dispers i distret. Fixa't que l'operació de llegir demana una atenció sostinguda. No només fixa't un interval d'atenció, posem: posar-se a llegir dues hores, com fèiem abans, sinó que en aquelles dues hores un pot aixecar la vista sobre la finestra, però un està en el llibre, en el text. Ara el paradigma de la lectura està canviant molt. No ens n'adonem i això té molt a veure amb la prevalença de l'hipertext digital i de les pantalles a la nostra vida, l'atenció va de pantalla en pantalla, de finestra en finestra, de vincle en vincle; però, clar, dóna'm un bon llibre d'aquests que demanen una setmana sencera de lectura i sembla que a un li costa.

Jo crec que hi ha, probablement, sense que ens n'adonem, una certa enyorança d'aquesta lentitud i d'aquesta atenció sostinguda. L'atenció que no podem dedicar a un llibre, tampoc la podem dedicar a una persona, és a dir, el paradigma de la distracció i la pressa no afecta només al periodisme literari, afecta tota la vida quotidiana contemporània.

Sí que s'ha d'invocar aquesta idea: hi ha un gran canvi sociocultural que afecta a la vida quotidiana, la manera de llegir, d'escriure, i, fins i tot, de pensar, i afecta al que en diuen els antropòlegs i els psicòlegs, el règim de l'atenció que és una atenció distreta, canviant i flotant. O sigui estem com... saps la granota que treu els ulls per sobre l'aigua? Ens enfonsem a l'aigua, sortim de l'aigua, anem mirant papallones i insectes, però cost molt fixar l'atenció en les coses. Tu per llegir *A sang freda* de Capote vas estar uns quants dies, o per llegir una bona crònica de dues pàgines del diari, del mateix Juliana, ... Ara, la prosa de redacció ràpida, que és la que preval, doncs, clar... Ja la pròpia redacció periodística, ja no dic escriptura perquè escriptura és una altra cosa, està plena de fórmules, és molt formulària, està ja feta per ser llegida en diagonal.

Sovint diem "ja m'ho he mirat, ja m'he mirat el text, el capítol", hi ha l'associació del llegir per mirar, perquè, de fet, és el que està passant. Cada cop més que llegir, mirem els textos, és a dir, els lletrejem el just per fer-nos-en una idea, diem "ja sé de què va", que és molt diferent que "de què tracta" o "què diu". És a dir, el llenguatge no és mai innocent, la manera de parlar de la realitat sempre diu molt de com la sentim i la vivim, la realitat.

Però jo crec que en tot això que estàs preguntant hi ha les raons pròpies del camp periodístic, però hi ha raons socials i cultural d'abast més ampli que afecten el camp periodístic i el subcamp del periodisme literari.

P: Els caps de política diuen que ja tenen prou feina amb “anar tirant”, amb la precarietat laboral que hi ha que és increïble...

R: Sí. Això és lamentable, és un desastre, a més han jubilat a molts periodistes. Un periodista, com a qualsevol professió intel·lectual, a partir dels 45 en amunt comença a tenir un cabal d'experiència, de coneixements, de lectura, d'entrevistes fetes i d'articles escrits... com més vas, si la persona té salut mental, va millorant el treball i la mirada del periodista. Però, clar, si el periodista sènior cobra de 2000 a 3000 euros, 4000, i al júnior li paguen 500 o, com a molt mil: estan substituint el sènior pel júnior. El júnior, ho dic amb tot el respecte, no pot competir amb l'experiència del sènior, això perjudica al júnior i al sènior, i perjudica als lectors.

Però és una professió en què la sagnia de l'experiència, del periodisme experimentat, és molt lamentable. Fa deu anys, TVE va jubilar a tota la gent de la plantilla que tenia més de 52 anys, que és brutal, o sigui hi ha reporters, jo tenia alguns coneguts, de 52, 55 anys, que tenien molta experiència i que van ser jubilats i “a prendre pel cul”.

Jo crec que és un fenomen multifactorial i no és bo simplificar tampoc. També és cert, també ho pots dir, que el periodisme literari, com qualsevol forma de periodisme, és susceptible de conreus lamentables i de mala qualitat. És a dir, jo quan parlo de periodisme literari no parlo de periodisme amanerat ni inútilment barroc; ni quan parlo de periodisme veritablement escrit i no redactat, no estic fent una aposta pel manierisme. Perquè, justament, una persona que sap escriure, i aquí hi ha la paraula clau “eloqüència, ser eloqüent vol dir ser capaç de dir molt i de dir profundament amb poques i belles paraules. O sigui tu quan tens una persona eloqüent, una persona que t'està dient coses complexes i està sintetitzant molta informació en un enunciat senzill i, a més a més, bell, això és l'eloqüència. Això és el desideràtum d'un bon periodista. M'està fent entendre una realitat complexa amb un idioma que no és només bonic i sonor sinó que em permet comprendre aquesta complexitat. Això és l'eloqüència. L'eloqüència va amb mal dades... perquè una de les primeres coses que es descuiden, en la mateixa pedagogia del periodisme, és l'eloqüència; és a dir, és el conreu de la

capacitat de l'estudiant per emparaular, però és que, sovint, els mateixos professors no saben emparaular bé i per tant què han d'ensenyar.

El periodisme té moltes dimensions, però hi ha una dimensió, que és “la madre del cordero”, que és la capacitat de parlar bé, dir de manera eloqüent, és a dir, bella i alhora precisa, allò que vols dir. Com s'aprèn això? Això s'aprèn llegint Azorín, Hemingway, Flaubert, Tolstoi, Kafka, Pessoa, Nabokov... i escrivint amb voluntat creativa. Jo crec que els lectors ho agrairien molt, que és una extensió del periodisme literari ben entès.

P: Depèn del moment en què tu veus que alguna cosa et dóna per fer una crònica, perquè com tot el que és creatiu no ho pots planificar... Potser aquest és un dels problemes també, que no ho pots planificar: un dia tindràs material per fer una crònica boníssima i un altre dia no donarà...

R: Sí, el que passa és que una mirada... Tu, quan trobes un periodista culte i sensible, i que té una mirada afilada sobre les coses, encara que et faci una piràmide invertida, tu notes la diferència molt clarament, entre l'estil d'agència, perquè a l'agència l'estil és molt funcional i dius aquesta persona m'ha fet una notícia.

Abans de fer periodisme literari, primer cal assegurar que un periodista sap escriure amb eloqüència elemental, i és que això tampoc no està garantit. Perquè, clar, veus recursos i fórmules repetitives, amb unes errades de sintaxi que penses “com és possible!”. En castellà, per exemple, una cosa que és molt bonica i elegant és l'ús del “cuyo” i “cuya”. El “cuyo/cuya” està desapareixent, la gent fa unes construccions complicadíssimes com “del que tal”, “de sus no sé què”, per dir... quan el “cuyo” et permetria... És una cosa brutal. El mateix passa amb l'impunitat del lèxic, hi ha adjectius comodí, sí, l'ús d'“important”: “important” té un sentit, tu pots dir que va ser una “decisió important”, perquè importava; ara, dir “aquesta persona té una alçada important” per parlar d'un jugador de bàsquet... Pots dir que és molt alt, que és un home d'elevada estatura. O per dir “vam viure un amor important”, en comptes de dir un amor “intens”, un amor “significatiu”, un amor “tòrrid”... No, un amor “important”. Aleshores hi ha el tòpic sobre l'“important”, el tòpic del “tema”, tot és el tema, en comptes de la qüestió, l'assumpte, tot és el tema. “El tema de la tuyo y lo mío”. Llavors, clar, el lèxic està ple de comodins, hi ha un empobriment de l'ús dels verbs, de l'ús de substantius, de l'ús d'adjectius que és, inevitablement, un empobriment de la nostra mirada; perquè l'ésser

humà, i això són arguments filosòfics, només entén allò que és capaç d'emparaular. El que no emparaulem, no ho entenem. Per tant, la riquesa o feblesa del nostre llenguatge dóna una mesura força exacte de la riquesa del nostre pensament.